



ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСНА РАДА
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА
ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА

ЗАТВЕРДЖЕНО
Рішення вченої ради університету
«30» серпня 2021 року,
протокол № 1.

Ректор, голова вченої ради університету,
доктор юридичних наук, професор

_____ Олег ОМЕЛЬЧУК

30 серпня 2021 року

м.п.

РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«ТУРОПЕРЕЙТИНГ»
для підготовки на першому (освітньому) рівні
здобувачів вищої освіти освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 242 Туризм
галузі знань 24 Сфера обслуговування

м. Хмельницький
2021

РОЗРОБНИК:

Старша викладачка кафедри публічного управління та адміністрування
«25» серпня 2021 року

_____ Тетяна ТРИГУБА

СХВАЛЕНО

Рішення кафедри публічного управління та адміністрування
«27» серпня 2021 року, протокол № 1.

Завідувач кафедри, доктор наук з державного управління, кандидат економічних наук, доцент
«27» серпня 2021 року

_____ Едуард ЩЕПАНСЬКИЙ

Деканеса факультету управління та економіки, кандидатка економічних наук, доцентка
«27» серпня 2021 року

_____ Тетяна ТЕРЕЩЕНКО

ПОГОДЖЕНО

Рішення методичної ради університету
«28» серпня 2021 року, протокол № 1.

Перша проректорка, голова методичної ради університету, кандидатка наук з державного управління, доцентка
«28» серпня 2021 року

_____ Ірина КОВТУН

ЗМІСТ

	Стор.
1. Опис навчальної дисципліни	– 3
2. Заплановані результати навчання	– 4
3. Програма навчальної дисципліни	– 7
4. Структура вивчення навчальної дисципліни	– 9
4.1. Тематичний план навчальної дисципліни	– 9
4.2. Аудиторні заняття	– 9
4.3. Самостійна робота студентів	– 10
5. Методи навчання та контролю	– 10
6. Схема нарахування балів	– 10
7. Рекомендовані джерела	– 11
7.1. Основні джерела	– 11
7.2. Допоміжні джерела	– 12
8. Інформаційні ресурси в Інтернеті	– 14

1. Опис навчальної дисципліни

1. Шифр і назва галузі знань	– 24	Сфера обслуговування
2. Код і назва спеціальності	– 242	Туризм
3. Назва спеціалізації	–	Спеціалізація не передбачена
4. Назва дисципліни	–	Туроперейтинг.
5. Тип дисципліни	–	обов'язкова
6. Код дисципліни	–	ППО 4.4.
7. Освітній рівень, на якому вивчається дисципліна	–	перший
8. Ступінь вищої освіти, що здобувається	–	бакалавр
9. Курс / рік навчання	–	четвертий
10. Семестр	–	сьомий
11. Обсяг вивчення дисципліни:		
1) загальний обсяг (кредитів ЄКТС / годин)	– 4,0 / 120	
2) денна форма навчання:		
аудиторні заняття (годин)	– 44	
% від загального обсягу	– 37	
лекційні заняття (годин)	– 18	
% від обсягу аудиторних годин	– 41	
семінарські заняття (годин)	– 26	
% від обсягу аудиторних годин	– 59	
самостійна робота (годин)	– 76	
% від загального обсягу	– 63	
тижневих годин:		
аудиторних занять	– 2	
самостійної роботи	– 4,2	
12. Форма семестрового контролю	–	екзамен
13. Місце дисципліни в логічній схемі:		

- | | |
|------------------------------|---|
| 1) попередні дисципліни | – ППО 1. Рекреаційні комплекси світу;
ППО4.1. Основи туризмознавства;
ППО 4.2. Організація туристичних подорожей;
ППО 4.3. Організація екскурсійної діяльності;
ППО 10. Туристична логістика;
ППО 11. Маркетинг в туризмі;
ППВ 1.2. Соціологія туризму;
ППВ 1.3. Міжкультурні комунікації в туризмі;
ППВ 4.4. Міжнародно-правове регулювання туристичної діяльності;
ППВ 4.2. Правове регулювання туристичної діяльності в країнах ЄС;
ППВ 4.3. Організація міжнародного та дипломатичного обслуговування;
ППВ 5.1. Інформаційні технології в туризмі;
ППВ 5.2. Інтернет-технології в туризмі;
ППВ 5.3. Інтерактивні технології в туризмі;
ППВ 5.4. Організація рекреаційних послуг;
ППВ 5.6. Курортна справа. |
| 2) супутні дисципліни | – |
| 3) наступні дисципліни | – ППВ 7.2. Туристичний брендинг;
ППВ 7.3. Туристичне іміджмейкерство. |
| 14. Мова вивчення дисципліни | – українська. |

2. Заплановані результати навчання

Вивчення дисципліни «Туроперейтинг» спрямоване на здобуття студентами загальних та спеціальних (фахових) компетентностей:

- K07. Здатність працювати в міжнародному контексті.
- K08. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.
- K13. Здатність планувати та управляти часом.
- K14. Здатність працювати в команді та автономно.
- K18. Здатність аналізувати діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління через призму концепції сталого розвитку.
- K20. Розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного).
- K21. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту.
- K22. Розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем.

Зміст вивчення студентами дисципліни «Туроперейтинг» сформульований у термінах таких результатів навчання:

- ПР02. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії туризму, організації туристичного процесу та туристичної діяльності суб'єктів ринку туристичних

послуг, а також світоглядних та суміжних наук.

ПР06. Застосовувати у практичній діяльності принципи і методи організації та технології обслуговування туристів.

ПР07. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт.

ПР09. Організувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.

ПР10. Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна).

ПР13. Встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей.

ПР21. Приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності.

<i>Після завершення вивчення дисципліни здобувач повинен продемонструвати такі результати навчання:</i>
<i>1. Знання</i> <i>(здатність запам'ятовувати або відтворювати факти (терміни, конкретні факти, методи і процедури, основні поняття, правила і принципи, цілісні теорії тощо)</i>
1.1) відтворювати визначення понятійно-термінологічного апарату з дисципліни «Туроперейтинг»;
1.2) знати технологію та організацію туристичних подорожей;
1.3) знати основні технологічні процеси туристичної діяльності: виробництво, реалізація, споживання туристичних послуг;
1.4) охарактеризувати основні етапи формування асортименту туроператора;
1.5) знати основні види реклами, що використовується туристичними операторами;
1.6) знати основні вимоги до виставкової діяльності.
<i>2. Розуміння</i> <i>(здатність розуміти та інтерпретувати вивчене, уміння пояснити факти, правила, принципи; перетворювати словесний матеріал у, наприклад, математичні вирази; прогнозувати майбутні наслідки на основі отриманих знань)</i>
2.1) пояснювати зміст основних термінів, що розкривають суть дисципліни;
2.2) розуміти сутність туроператорської діяльності;
2.3) розуміти принципи і процеси формування та організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та його підсистем;
2.4) розуміти алгоритм складання договірної програми туру і основний зміст договорів з постачальниками туристських послуг;
2.5) розуміти принцип взаємодії різних типів туристичних операторів.
<i>3. Застосування знань</i> <i>(здатність використовувати вивчений матеріал у нових ситуаціях (наприклад, застосувати ідеї та концепції для розв'язання конкретних задач)</i>
3.1) здатність забезпечувати безпеку туристів у звичайних та складних форс-мажорних обставинах;
3.2) здатність використовувати в роботі туристичних підприємств інформаційні технології та офісну техніку;
3.3) формувати каталоги ініціативних та рецептивних операторів;
3.4) налагоджувати ефективну роботу операторів усіх видів та типів;
3.5) стимулювати збут туристичних продуктів.

4. Аналіз <i>(здатність розбивати інформацію на компоненти, розуміти їх взаємозв'язки та організаційну структуру, бачити помилки й огріхи в логіці міркувань, різницю між фактами і наслідками, оцінювати значимість даних)</i>
4.1) аналізувати діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління;
4.2) ідентифікувати туристичну документацію та вміти правильно нею користуватися;
4.3) охарактеризувати основних постачальників туристських послуг і оцінити їх роль у формуванні туристичного продукту.
4.4) визначати попит та проектувати туристичний продукт, що відповідає попиту.
5. Синтез <i>(здатність поєднувати частини разом, щоб одержати ціле з новою системною властивістю)</i>
5.1) визначити основні традиційні і інноваційні способи просування туристичного продукту туроператором;
5.2) формулювати свою думку щодо системи збуту;
5.3) пропонувати власне бачення реклами та створення позитивного іміджу оператора.
6. Оцінювання <i>(здатність оцінювати важливість матеріалу для конкретної цілі)</i>
6.1) оцінювати привабливість країни-партнера;
6.2) оцінювати ефективність комітмент та елотмент договорів;
6.3) оцінювати ефективність збутової мережі.
7. Створення (творчість) <i>(здатність до створення нового культурного продукту, творчості в умовах багатовимірності та альтернативності сучасної культури)</i>
7.1) здійснювати діяльність туристичних підприємств відповідно до нормативно-правової бази;
7.2) організовувати взаємодію з туроператорами, консолідаторами рейсів і турів, рецептивними та ініціативними туроператорами;
7.3) визначати ціни та розробляти систему знижок на туристичні продукти;
7.4) обґрунтовувати та розробляти основні напрями удосконалення та підвищення ефективності організації роботи суб'єктів туристської індустрії, організовувати забезпечення їх нормативно-правовою базою;
7.5) удосконалювати процеси надання туристських послуг в пакетних турах.

3. Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Основи туроперейтингу.

Характеристика основних понять як об'єктів вивчення дисципліни. Поняття «туроперейтинг» та види діяльності туроператора: аутгоїнг-туроперейтинг, інкамінг-туроперейтинг та інсайт-туроперейтинг. Основні функції туроператорської діяльності. Класифікація туроператорів згідно профіля, виду діяльності, організаційно-правової форми та координації діяльності з авіакомпаніями та зарубіжними туроператорами. Основні типи туроператорів. Основні функції туроператорів. Середовище функціонування туроперейтингу. Зовнішні та внутрішні фактори туроперейтингу. Турист як один з факторів мікросередовища туроперейтингу.

Тема 2. Туроперейтинг та агентський бізнес в туризмі.

Туроперейтинг та агентський бізнес в туризмі. Нормативно-правові вимоги спеціального та загального законодавства України, що висуваються до організації туроператорського та турагентського бізнесу. Типова організаційна структура туроператора: взаємозв'язок роботи підрозділів. Формування збутової мережі туроператорів: зовнішньої та внутрішньої. Контрагентська мережа. Роль туристичних агентств в туристичному бізнесі. Організація взаємодії між туроператором і турагентом.

Тема 3. Туристичний продукт як предмет діяльності туроператора.

Сутність і послідовність робіт з туроперейтингу: проектування турів; планування тури; просування турів; збут та реалізація турпродуктів. Характеристика з робіт з проектування турів. Основні технологічні вимоги до проектування. Основні етапи з турпроекування. Алгоритм розроблення програми обслуговування. Створення планів та субпланів при турпроекуванні. Просування тури. Основні види реклами туристичного продукту. Формування каналів збуту та стимулювання збут. Стимулювання співробітників туроператора. Стимулювання посередників збуту туристичного продукту. Стимулювання споживачів. Контроль обсягу продажів.

Тема 4. Участь у виставкових заходах як основа просування турпродукту.

Різновиди виставкової діяльності. Класифікація виставкових заходів. Підготовка до виставки. Робота на стенді та формування підходу до представлення компанії. Організація участі фірми у виставці. Основні правила виставкової роботи. Планування експозиції. Засоби створення і оформлення композиції. Методи показу експозиції. Заходи для залучення відвідувачів до свого стенду. Основні правила виставкової роботи для стендової команди. Робота після виставки. Контрольні заходи після виставки.

Тема 5. Ініціативний туроперейтинг.

Суть поняття ініціативний (аутгоїнговий) туроператор. Особливості роботи аутгоїнгової компанії. Схема діяльності українського ініціативного туроператора. Зовнішні та внутрішні завдання аутгоїнгового оператора. Технологія здійснення завдань ініціативного українського туроператора.

Оцінка туристичного ринку країни-партнера. Етапи дослідження (загальна характеристика стану внутрішнього ринку країни, ступінь інтегрованості ринку, стан та рівень доступності туристсько-екскурсійних ресурсів, стан та рівень розвитку сфери гостинності, територіальна організація ринку пропозиції, аналіз запропонованого турпродукту, оцінка туристичного процесу, стан двосторонніх відносин та туристичні формальності, освоєність та оригінальність тур продукту).

Туристичний пакет як найпопулярніша форма продажу турпродукту. Формування каталогу пропозицій ініціативного туроператора (інклюзив та пекідж-турів, турів-каскадів). Формування цінових додатків. Розподіл робіт між службами та підрозділами аутгоїнгового оператора в процесі надання туристичних послуг.

Тема 6. Рецептний туроперейтинг.

Поняття та зміст рецептного туроперейтингу. Поняття та особливості інкам-турів. Переваги інкамінга перед аутгоінгом. Внутрішній туроперейтинг (інсайдинг) – суть та особливості. Відмінні риси інсайтингу. Технологія роботи українського рецептного туроператора. Зовнішні та внутрішні завдання рецептного туроператора.

Види туризму рецептного українського туроперейтингу. Диференціація пропозицій рецептних туроператорів.

Формування каталогу пропозицій рецептного туроператора. Призначення, види, зміст каталогів. Надання інформації про туристичний продукт клієнтові. Вимоги до інформації в туроператорському каталозі. Етапи проектування каталогу туроператора. Структура туроператорського каталогу. Головна концепція сучасних каталогів і буклетів.

Нерекламні методи просування туристичних продуктів.

Формування взаємовідносин з продуцентами (підприємствами-виробниками) туристичних послуг. Істинні умови договорів. Форми співпраці рецептних туроператорів з продуцентами туристичних послуг. Особливості організації та надання додаткових послуг рецептних туроператорів. Бонусні програми національних туроператорів та налагоджування відносин із зарубіжними та вітчизняними бізнес-партнерами.

Тема 7. Консолідований туроперейтинг.

Світовий ринок тур операторів консолідаторів: стан та перспективи розвитку. Особливі причини консолідації туристичного бізнесу. Найпопулярніші ТНК на ринку туризму. Міжнародний туроперейтинг. Умови роботи та організації консолідаторського бізнесу. Особливості формування технологічних етапів туристичного обслуговування консолідаторів. Формування договірної структури.

Формування розгалуженої (інтегрованої) структури збуту послуг консолідатора. Елотмент, комітмент. Безвідкличне бронювання. Поняття квот (блоків).

Тема 8. Організація туристичних подорожей туроператором.

Робота міжнародного туроператора з організації пакетних пропозицій та індивідуальних турів. Особливості оформлення міжнародних договорів (контрактів) між туроператорами та контрагентами. Підписання договорів з готельним, харчовим, автотранспортним підприємствами.

Підписання договорів з авіакомпанією, залізницею, екскурсійною фірмою, музеєм. Специфіка співпраці.

Зарубіжні представники туроператорів: функції і організація роботи. Завдання менеджера-супервайзера зарубіжного представництва туроператора.

Якість обслуговування, її критерії, організація контролю.

4. Структура вивчення навчальної дисципліни

4.1. Тематичний план навчальної дисципліни

№ теми	Назва теми	Кількість годин					
		Денна форма навчання					
		Усього	у тому числі				
Лекції	Сем. (прак).		Лабор.	Ин.зав.	СРС		
1.	Основи туropolерейтингу.	14	2	2	-	-	10
2.	Туropolерейтинг та агентський бізнес в туризмі.	14	2	2	-	-	10
3.	Туристичний продукт як предмет діяльності туropolератора.	13	2	2	-	-	9
4.	Участь у виставкових заходах як основа просування турпродукту.	15	2	4			9
5.	Ініціативний туropolерейтинг.	16	2	4	-	-	10
6.	Рецептивний туropolерейтинг.	16	2	4	-	-	10
7.	Консолідований туropolерейтинг.	16	2	4	-	-	10
8.	Організація туристичних подорожей туropolератором.	16	4	4	-	-	8
	Усього	120	18	26	-	-	76

4.2. Аудиторні заняття

4.2.1. Аудиторні заняття (лекції, семінарські (практичні) заняття) проводяться згідно з темами та обсягом годин, передбачених тематичним планом.

4.2.2. Плани лекцій з передбачених тематичним планом тем визначаються в навчально-методичних матеріалах з дисципліни.

4.2.3. Плани семінарських (практичних) занять з передбачених тематичним планом тем, засоби поточного контролю знань та методичні рекомендації для підготовки до занять визначаються в навчально-методичних матеріалах з дисципліни.

4.3. Самостійна робота студентів

4.3.1. Самостійна робота студентів денної форми навчання включає завдання до деяких теми.

4.3.2. Завдання для самостійної роботи студентів та методичні рекомендації до їх виконання визначаються в навчально-методичних матеріалах з дисципліни.

4.3.3. Тематика самостійних завдань та методичні рекомендації до їх виконання визначаються в навчально-методичних матеріалах з дисципліни.

4.3.4. Самостійні завдання виконуються в межах часу, визначеного для самостійної роботи студентів, та оцінюються частиною визначених в розділі 6 цієї програми кількості балів, виділених для самостійної роботи.

5. Методи навчання та контролю

Під час лекційних занять застосовуються:

- 1) традиційний усний виклад змісту теми;
- 2) метод наочності;
- 3) слайдова презентація;
- 4) демонстрація платформ туристичних операторів.

На семінарських та практичних заняттях застосовуються:

- дискусійне обговорення проблемних питань;
- мозковий штурм;
- метод творчості;
- ділові ігри;
- рішення практичних завдань;
- повідомлення про виконання самостійних завдань.

Поточний контроль знань студентів з навчальної дисципліни проводиться у формах:

- 1) усне або письмове бліц-опитування студентів щодо засвоєння матеріалу попередньої лекції;
- 2) усне або письмове опитування на семінарських заняттях;
- 3) усний захист самостійних робіт;
- 4) виконання поточних контрольних робіт у письмовій формі.

Підсумковий семестровий контроль проводиться у формі усного екзамену.

Структура екзаменаційного білету включає 3 теоретичних питання.

6. Схема нарахування балів

6.1. Нарахування студентам балів за результатами навчання здійснюється за схемою, наведеною на рисунку.



6.2. Обсяг балів, здобутих студентом під час лекцій, семінарських занять та самостійної роботи студентів визначаються в навчально-методичних матеріалах з цієї дисципліни.

7. Рекомендовані джерела

7.1. Основні джерела

1. Бабарицька В.К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: навч. посібник. / В.К. Бабарицька, О.Ю. Малиновська. – К.: Альтпрес, 2004. – 288 с.
2. Баєв В. В. Основи туроперейтингу: навч. посіб. / В. В. Баєв. — К.: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2016. – 156 с.
3. Баженова С.Е. Туроперейтинг [Текст] : навч. посіб. для студентів (напрямок підгот. 6.140103 "Туризм") / С. Е. Баженова ; Кам'янець-Поділ. нац. ун-т ім. Івана Огієнка. - Кам'янець-Подільський : Кам'янець-Поділ. нац. ун-т. ім. Івана Огієнка, 2013. - 219 с.
4. Баженова С.Е. Основи туроперейтингу [Текст] : навч. посіб. для студентів (напрямок підгот. 6.140103 "Туризм") / С. Е. Баженова ; Кам'янець-Поділ. нац. ун-т ім. Івана Огієнка. - Кам'янець-Подільський : Кам'янець-Поділ. нац. ун-т ім. Івана Огієнка, 2016. - 187 с.
5. Брич В.Я. Туроперейтинг: навч. посібник /за ред. д.е.н., проф. В.Я. Брича. – К.: Кондор - Видавництво, 2014. – 276 с.
6. Брич В.Я. Туроперейтинг [Текст] : підручник / [В. Я. Брич] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. В. Я. Брича ; Терноп. нац. екон. ун-т. - Тернопіль : ТНЕУ, 2017. - 439 с.
7. Брич В.Я. Туроперейтинг : підручник / В. Я. Брич, О. Є. Гарбера, О. Я. Гугул [та ін.] ; за заг. ред. В. Я. Брича. - Тернопіль : ТНЕУ, 2017. - 440 с.
8. Голованова Г. Є. Особливості взаємодії туроператорів, турагентств та екскурсійних компаній / Г. Є. Голованова // Вісн. Харків. нац. техн. ун-ту сіл. госп-ва ім. П. Василенка. - 2017. - Вип. 188. - С. 212-220.
9. Гонтаржевська, Л. І. Ринок туристичних послуг в Україні/ Л. І. Гонтаржевська ; Донецький інститут туристичного бізнесу. - Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. - 180 с.
10. Горішевський П. А. Організація роботи туристичної фірми: туроператорська та турагентська діяльність: навч. посіб. / П. А. Горішевський, Р. П. Красій; Ін-т менеджменту та економіки. - Івано-Франківськ, 2002. - 391 с.
11. Домбровська С.М.. Опорний конспект лекцій з курсу «Туроперейтинг» для студентів всіх форм навчання напряму підготовки 242 «Туризм» - Харків: НУЦЗУ, 2018 – 249 с.
12. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Л. П. Дядечко; Донец. держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського. - Донецьк, 2006. - 224 с.
13. Заблоцька Р. О. Світовий ринок послуг: підручник / Р. О. Заблоцька; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. Ін-т міжнар. відносин. - 3-є вид. - К. : Знання України, 2005. - 279 с.
14. Михайліченко Г. І. Туроперейтинг : підручник / Г. І. Михайліченко. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 304 с.
15. Ткаченко Т. Л. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія / Т. Л. Ткаченко. – Київ : КНТЕУ, 2006. – 537 с.
16. Шульгіна Л. М. Маркетинг підприємств туристичного бізнесу : монографія / Л.М. Шульгіна. - К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. - 597 с.

7.2. Допоміжні джерела

17. Азарян О. М. Комплекс маркетингу на міжнародному ринку туристичних послуг : монографія / О. М. Азарян, І. В. Ілієв, О. А. Іщенко, Н. Л. Жукова, Г. О. Ворошилова; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського. - Донецьк, 2008. - 146 с.
18. Алексеєнко Л.М. Організація туризму: підручник / Л. М. Алексеєнко, Т. І. Божук, В. Я. Брич [та ін.] ; за заг. ред. В. Я. Брича. - Тернопіль : ТНЕУ, 2017. - 448 с.
19. Антонюк Я. М. Організація виставкової діяльності: навч. посіб. / Я. М. Антонюк, І. М. Шиндировський; Львів. комерц. акад. - Львів : Вид-во Львів. комерц. акад., 2015. - 327 с.
20. Войтович С. Я. Особливості інвестиційного забезпечення туристичної сфери в умовах транснаціоналізації світогосподарських процесів / С. Я. Войтович, О. М. Лютак, І. М. Лях, Л. С. Лісовська // Фінанс.-кредит. діяльність: проблеми теорії та практики: зб. наук. пр. - 2018. - Вип. 1. - С. 104-112.
21. Ворошилова Г. О. Механізм удосконалення розвитку міжнародного ринку туристичних послуг в посткризовий період: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.02 / Г. О. Ворошилова; НАН України, Ін-т світ. економіки і міжнар. відносин. - К., 2013. - 20, [1] с.
22. Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник / Н. М. Ганич, Н. В. Антонюк, М. П. Мальська. - М. : Знання, 2008. - 661 с.
23. Гостюк В. І. Сучасні моделі державного регулювання туристичної діяльності: міжнародна практика / В. І. Гостюк // Юрид. вісн. Повітр. і косм. право: Наук. пр. Нац. авіац. ун-ту. - 2015. - № 2. - С. 105-108.
24. Грицюк Ю. І. Моделювання стратегій поведінки конкурентних фірм на ринку надання туристичних послуг / Ю. І. Грицюк, М. Ю. Грицюк // Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка". - 2016. - № 854. - С. 50-62.
25. Грищенко І. М. Ринкові аспекти виставкової діяльності в Україні на сучасному етапі / І. М. Грищенко, Н. А. Крахмальова // Актуал. проблеми економіки. - 2006. - № 9. - С. 113-119.
26. Губерський Л.В. Актуальні проблеми міжнародних відносин: Зб. наук. пр. Вип. 38, ч. 2 / ред.: Л. В. Губерський; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. Ін-т міжнар. відносин. - К., 2002. - 217 с.
27. Гурджиян К. В. Формування туристичними підприємствами лояльності споживачів: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / К. В. Гурджиян; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. - Київ, 2014. - 24 с.
28. Давидова О. Г. Особливості інноваційних процесів у сфері туристичних послуг / О. Г. Давидова // Пробл. науки. - 2011. - № 5. - С. 16-21.
29. Жук І. З. Управління маркетинговою діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу в Україні: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.03 / І. З. Жук; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. - Львів, 2015. - 20 с.
30. Кифяк В. Ф. Організація туризму: навч. посіб. / В. Ф. Кифяк. - Чернівці : Кн. - XXI, 2008. - 344 с.
31. Колесніков Б. П. Виставкова діяльність в умовах європейської економічної інтеграції України: монографія / Б. П. Колесніков, О. І. Падашуля; Донец. держ. ун-т упр., Дніпропетр. нац. ун-т. - Донецьк : Вебер (Донец. філ.), 2008. - 101 с.
32. Король О.Д. Правові засади туроператорської та турагентської діяльності: навч. посіб. Ч. 2 / уклад.: О. Д. Король, Т. Д. Скутар; Чернів. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. - Чернівці, 2011. - 64 с.
33. Любіцева О.О. Методика розробки турів : навч. посіб. / О.О. Любіцева - К. : Альтерпрес, 2003. - 104 с.

34. Любіцева О.О. Методика розробки турів: навч посібник. / О.О. Любіцева – К.: Альтерпрес, 2008. – 300 с.
35. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти): навч. посіб. / О. О. Любіцева. - 3-тє вид., переробл. та доповн. - К. : Альтерпрес, 2006. - 436 с.
36. Малик Л. Ефективність управління туристичною діяльністю та шляхи розвитку туристичних послуг в контексті новітніх технологій / Л. Малик // Молодь і ринок. - 2013. - № 5. - С. 39-44.
37. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. – К. : Знання, 2008. – 661 с.
38. Мартовой А. В. Підвищення обсягів продажу послуг на підприємствах туризму на основі інтернет-маркетингу: Автореф. дис. ... канд. екон. наук / А. В. Мартовой; Таврій. нац. ун-т ім. В.І.Вернадського. - Сімф., 2006. - 20 с.
39. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика : монографія / С. В. Мельниченко. – К. : КНТЕУ, 2008. – 494 с.
40. Михайліченко Г.І. Організація туристичних подорожей: опорний конспект лекцій / Г.І. Михайліченко. – К.: КНТЕУ, 2017. – 192 с.
41. Михайліченко Г.І. Організація туристичних подорожей: навч. посібник / Г.І. Михайліченко, А.Ю. Єременко. – К.: КНТЕУ, 2011. – 392 с.
42. Михайліченко Г. І. Практика організації туристичних подорожей : навч. посібн. / Г. І. Михайліченко. – К. : КНТЕУ, 2003. – 156 с.
43. НАКАЗ № 465 від 10.07.2013 Про затвердження Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1275-13#n64>.
44. Онищук Н. Формування системи маркетингу співпраці туристичних підприємств / Н. Онищук // Наук. вісн.. - 2015. - № 7. - С. 111-121.
45. Підприємницька діяльність в Україні: проблеми розвитку та регулювання: зб. матеріалів VII Міжнар. наук.-практ. конф., 27 черв. 2013 р., Київ / ред.: О. О. Єранкін, В. Г. Козак, М. І. Бондар; ДВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана", Буков. держ. фін.-екон. ун-т, Бізнес-школа Варвіка, П-во "Архімед". - К. : МІБО КНЕУ, 2013. - 221 с.
46. Погасій С.О. Конспект лекцій з дисципліни «Технологія туристської діяльності» (для студентів 3 курсу денної і заочної форм навчання напряму підготовки 6.020107 – «Туризм») / С. О. Погасій, М. В. Тонкошкур; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва – Х.: ХНАМГ, 2012. – 153 с.
47. Подлепіна П. О. Решетняк Ю.О. Роль туроператорів на ринку туристичних послуг // Актуальні проблеми міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу. Матеріали VII науково-практичної конференції молодих вчених 28 лютого 2014 року. – Харків:ХНУ імені В.Н. Каразіна. - С.167-169.
48. Разінькова М. Ю. Сучасні маркетингові тенденції і підходи до надання туристичних послуг / М. Ю. Разінькова // Бізнес Інформ. - 2018. - № 8. - С. 253-257.
49. Романова А. Фінансові інструменти запобігання ризиків на туристичному ринку України / А. Романова // Проблеми і перспективи економіки та упр. - 2017. - № 4. - С. 106-114.
50. Сіренко К. В. Формування комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій туристичних підприємств: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / К. В. Сіренко; ПВНЗ "Європ. ун-т". - К., 2011. - 20 с.
51. Сірик А. Є. Державне регулювання ринку туристичних послуг України / А. Є. Сірик // Екон. вісн. Донбасу. - 2017. - № 2. - С. 100-104.

52. Смирнов І. Г. Логістика виставкової діяльності: світовий та український досвід / І. Г. Смирнов // Укр. культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку: зб. наук. пр. - 2014. - Вип. 20, т. 2. - С. 188-194.
53. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності : підручник / Т. Г. Сокол. – К. : Грамота. 2006. – 264 с.
54. Ткаченко Т. Реінжиніринг сервісних бізнес-процесів у міжнародному туроперейтингу / Т. Ткаченко, О. Гладкий // Вісн. Київ. нац. торг.-екон. ун-ту. - 2018. - № 5. - С. 59-70.
55. Ткачук Т. Міжнародні туристичні підприємства на внутрішньому ринку франчайзингу / Т. Ткачук // Зовн. торгівля: економіка, фінанси, право. - 2017. - Вип. 2. - С. 95-107.
56. Ткачук Т. Віртуальні франчайзингові туристичні мережі світу / Т. Ткачук // Зовн. торгівля: економіка, фінанси, право. - 2018. - № 1. - С. 72-85.
57. Холодова О. О. Соціально-психологічний аналіз індивідуальних маркетингових комунікацій в туристичному бізнесі / О. О. Холодова // Наук. пр. Нац. ун-ту харч. технологій. - 2011. - № 37/38. - С. 294-299.
58. Чернобай Л. І. Суб'єкти туроператорської та турагентської діяльності: сутність і класифікація / Л. І. Чернобай, І. Я. Кулиняк // Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка". - 2009. - № 640. - С. 433-439.
59. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії : навч. посібн. – К. : Атіка, 2006. – 254 с.
60. Шарапова А. О. Ціни та ціноутворення у туризмі: конспект лекцій / А. О. Шарапова; Федер. профспілок України, Ін-т туризму. - К., 2007. - 101 с.
61. Шульгіна Л.М. Маркетинг підприємств туристичного бізнесу: монографія / Л.М. Шульгіна. - К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. - 597 с.
62. Hlushko V. Theoretical basis of strategic analysis of travel services promotion = Теоретичні засади стратегічного аналізу просування туристичних послуг / V. Hlushko // Вісн. Київ. нац. торг.-екон. ун-ту. - 2017. - № 6. - С. 90-99.

8. Інформаційні ресурси в Інтернеті

- | | |
|---|---|
| https://joinup.ua/ | - Туристичний оператор: ТОВ «JoinUp» |
| https://www.coraltravel.ua/ | - Туристичний оператор: ТОВ «CoralTravel» |
| https://www.tpg.ua/ | - Туристичний оператор: ТОВ «TPG» |
| https://kompastour.com/ua/ukr/ | - Туристичний оператор: ТОВ «Компас Україна» |
| http://agent.tui.ua/ | - Туристичний оператор: ТОВ «TUI» |
| https://pegast.com.ua/ | - Туристичний оператор: ТОВ «Пегас Туристик» |
| https://www.tez-tour.com/ru/kiev/?lang=ru&city=msk | - Туристичний оператор: ТОВ «TezTour» |
| https://www.mouzenidis.com/uk-ua | - Туристичний оператор: ТОВ «Mouzenidis Travel» |
| https://www.alliance.ua/ | - Туристичний оператор: ТОВ «Альянс» |
| https://www.peninsula.com.tr | - Туристичний оператор: «Peninsulatour» Ltd |
| https://www.otiholding.com/ | - Туристичний холдинг «OTI group» |
| https://www.ittour.com.ua/ | - Туристична компанія «ITtour» |
| https://www.flyuia.com.ua/ua/home | - Авіакомпанія «Міжнародні авіалінії України» |
| https://azurair.ua/ | - Авіакомпанія «Азур Ейр Україна» |

<https://skyup.aero/ru/>

<https://www.uitt-kiev.com/uk-UA/>

<http://www.galexpo.com.ua/turexpo/>

<https://worldexpo.pro/ttf>

- Авіакомпанія «SkyUp»

- Туристична виставка УІТТ: «УКРАЇНА - Подорожі та Туризм»

- Міжнародна виставка «ТурЕКСПО»

- Міжнародна виставка «Travel & Tourism Fair-Kolkata»

ОНОВЛЕНО:

Директорка туристичної агенції ФОП
Кобилянська А.П. ТА «Дім Подорожей»,
асистентка кафедри публічного управління та
адміністрування
«23» серпня 2022 року

_____ Анна КОБИЛЯНСЬКА

СХВАЛЕНО

Рішення кафедри публічного управління та адміністрування
«23» серпня 2022 року, протокол № 1.

Завідувач кафедри, доктор наук з державного
управління, кандидат економічних наук,
доцент
«23» серпня 2022 року

_____ Едуард ЩЕПАНСЬКИЙ