

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ  
ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ, ЗДОРОВ'Я ТА  
ТУРИЗМУ  
ЗАПОРІЗЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО  
УНІВЕРСИТЕТУ

ЗАТВЕРДЖУЮ



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
РЕГІОНАЛЬНИЙ ТУРОПЕРЕЙТИНГ

підготовки магістра  
(назва освітнього ступеня)

денної та заочної форм здобуття освіти

освітньо-професійна програма Туризмознавство і гостинність  
(назва)

Спеціальності 242 Туризм і рекреація  
(шифр, назва спеціальності)

галузі знань 24 «Сфера обслуговування»  
(шифр і назва)

**ВИКЛАДАЧ (-ЧІ): Чусьва Інна Олександрівна, к.н.ф.в.с., доцент, доцент**  
(ПІБ, науковий ступінь, вчене звання, посада)

Обговорено та ухвалено  
на засіданні кафедри \_\_\_\_\_

Протокол № 1 від "27" 08 2024 р.  
Завідувач кафедри \_\_\_\_\_

(підпис) \_\_\_\_\_  
Н.В. Маковецька  
(ініціали, прізвище)

Погоджено  
Гарант освітньо-професійної програми

(підпис) \_\_\_\_\_  
Н.В. Маковецька  
(ініціали, прізвище)

2024 рік



**Зв'язок з викладачем (викладачами):**

**Е-mail:** [denizenko@ukr.net](mailto:denizenko@ukr.net)

**Телефон:** : 097-705-87-74

**Інші засоби зв'язку:** Moodle (форум курсу, приватні повідомлення), Zoom, Viber, Telegram.

**Кафедра:** туризму, рекреації та готельно-ресторанної справи, 4 корпус ЗНУ, вул. Дніпровська 33-А

## 1. Опис навчальної дисципліни

**Метою** вивчення навчальної дисципліни «Регіональний туроперейтинг» є набуття знань та системного мислення щодо організації туроператорського бізнесу, праксеологічні навички взаємодії суб'єктів туристичного ринку з метою створення якісного турпакету, схеми його просування та реалізації; оволодіння правилами формування програм туристичного обслуговування, документального забезпечення процесів створення, комплектування, реалізації турів та планових турпакетів; організації обслуговування туристів. Особливостям просування та організації турів на території власної країни для іноземних громадян та для вітчизняних туристів.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни є: теоретична та практична підготовка студентів фаху з питань: формування пакетних та індивідуальних програм туристичного обслуговування з використанням ресурсного потенціалу дестинації, (регіону, району, країни); формування взаємодії між всіма учасниками туристичного ринку, нормативно- правове забезпечення співпраці; моделювання програм туристичного обслуговування за різною метою подорожей, типом клієнтури, наявних туристичних атракцій; визначення мотивації подорожей та удосконалення процесів надання туристичних та паратуристичних послуг в пакетних турах, тощо.

## 2. Паспорт навчальної дисципліни

| Нормативні показники  | денна форма здобуття освіти  | заочна форма здобуття освіти |
|---|--|------------------------------|
| Статус дисципліни   | <b>Обов'язкова</b>   |                              |
| Семестр   | 1-й  | -й                           |
| Кількість кредитів ECTS                                     | 5  |                              |
| Кількість годин   | 150  |                              |
| Лекційні заняття  | 14 год.  | год.                         |
| Семінарські заняття   | год.   | год.                         |
| Практичні заняття   | 28 год.  | год.                         |
| Лабораторні заняття   | год.   | год.                         |
| Самостійна робота   | 108 год.   | год.                         |
| Консультації  | Очні консультації: за попередньою домовленістю в робочі дні (друга половина дня) в укритті4 корпусу ЗНУ, вул. Дніпровська 33-А<br>Онлайн консультації: за попередньою домовленістю Viber (+38097 705 87 74) в робочі дні з 9.30 до 17.00 |                              |
| Вид підсумкового семестрового контролю:                     | <b>екзамен</b>   |                              |
| Посилання на електронний курс у СЕЗН ЗНУ (платформа Moodle) | <a href="https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=5870">https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=5870</a>  |                              |



### 3. Методи досягнення запланованих освітньою програмою компетентностей і результатів навчання

| Результати навчання та компетентності  | Методи навчання / форми і методи оцінювання  |
|--|--|
| <p>ЗК1. Здатність до організації, планування, прогнозування результатів діяльності.</p> <p>ЗК4. Здатність розробляти проекти та управляти ними.</p> <p>СК1. Здатність застосовувати у професійній діяльності категорійно-термінологічний апарат, концепції, методи та інструментарій системи наук, що формують науковий базис туризму та рекреації.</p> <p>СК6. Здатність до аналізу, прогнозування, планування бізнес-процесів та геопросторового планування у сфері туризму та рекреації.</p> <p>СК8. Здатність розробляти, впроваджувати і просувати регіональні туристичні продукти і послуги у сфері туризму та гостинності відповідно динаміки змін сучасності.</p> <p>СК9. Здатність розробляти і сприяти впровадженню програм розвитку сталого туризму в регіоні з урахуванням змін сучасності</p> <p>РН3. Застосовувати сучасні цифрові технології, методи та інструменти дослідницької та інноваційної діяльності для розв'язання складних задач у сфері туризму та рекреації.</p> <p>РН5. Здійснювати комплексний аналіз і оцінювання функціонування туристичного ринку різних ієрархічних рівнів, прогнозувати тенденції його розвитку.</p> <p>РН7. Організовувати співпрацю зі стейкхолдерами, формувати механізми взаємодії суб'єктів туристичного ринку з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.</p> <p>РН10. Приймати ефективні рішення у сфері туризму та рекреації щодо розв'язання широкого кола проблем, зокрема безпеки і якості туристичного обслуговування.</p> <p>РН13. Розробляти і реалізувати туристичні продукти і послуги з урахуванням регіонального туристично-рекреаційного потенціалу та динаміки змін сучасного часу.</p> <p>РН14. Розуміти принципи регіонального розвитку туризму і гостинності в сучасних умовах та, відповідно з ними, вміти організовувати діяльність у сфері обслуговування.</p> | <p><b>Методи навчання</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Лекції</li> <li>✓ Практичні заняття</li> <li>✓ Самостійна робота</li> <li>✓ Індивідуальні та групові проекти</li> <li>✓ Дискусії</li> <li>✓ Тренінги та воркшопи</li> </ul> <p><b>Форми оцінювання</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Поточне оцінювання;</li> <li>-Підсумкове оцінювання: екзамен.</li> </ul> <p><b>Методи оцінювання</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Тестування</li> <li>✓ усне і письмове оцінювання</li> <li>✓ Робота на практичних заняттях</li> </ul> |

## **4. Зміст навчальної дисципліни**

### **Змістовий модуль 1.**

#### **Туроператорська діяльність як основа формування внутрішнього та міжнародного ринків туризму**

Туроператорська діяльність є ключовою складовою туристичної індустрії, оскільки саме туроператори займаються формуванням, просуванням та реалізацією туристичних продуктів. Вони організують тури, підбирають послуги (перевезення, проживання, харчування, екскурсії), а також пропонують їх на внутрішньому та міжнародному ринках. Туроператори відіграють важливу роль у розвитку внутрішнього туризму, створюючи попит на подорожі всередині країни, а також сприяють залученню іноземних туристів. Водночас, вони є посередниками між постачальниками послуг (готелі, авіакомпанії) та споживачами, оптимізуючи туристичні процеси та сприяючи розвитку міжнародного туризму. Основними функціями туроператорів є планування маршрутів, координація логістичних аспектів подорожей, складання програм для різних цільових груп (сімейні тури, екстремальний відпочинок тощо) та забезпечення якості послуг.

### **Змістовий модуль 2.**

#### **Середовище міжнародного туроперейтингу**

Міжнародний туроперейтинг охоплює діяльність туроператорів на глобальному ринку, включаючи організацію та продаж туристичних продуктів за кордон. Це середовище характеризується конкуренцією між країнами за туристів, врахуванням культурних особливостей, правових норм і стандартів якості, а також співпрацею з міжнародними постачальниками послуг (авіакомпанії, готелі, екскурсійні агенції). Міжнародний туроперейтинг сприяє інтеграції туристичних ринків та розвитку глобальної індустрії туризму.

### **Змістовий модуль 3.**

#### **Особливості туроператорської діяльності**

Туроператорська діяльність має кілька ключових особливостей. По-перше, вона включає формування комплексних туристичних продуктів, які об'єднують послуги перевезення, проживання, харчування та розваг. По-друге, туроператори виступають посередниками між постачальниками послуг та споживачами, забезпечуючи координацію та логістику подорожей. Також важливою особливістю є ризики, пов'язані з коливанням попиту, валютними курсами та непередбаченими обставинами (зміна політичної ситуації, погодні умови). Туроператори часто працюють на умовах передоплати, що також впливає на їхню фінансову стратегію.

### **Змістовий модуль 4.**

#### **Стратегії туроперейтингу на туристичному ринку**

Стратегії туроперейтингу на туристичному ринку спрямовані на залучення клієнтів, підвищення конкурентоспроможності та збільшення прибутковості. Вони можуть включати диференціацію туристичних продуктів (створення унікальних турів для різних сегментів ринку), оптимізацію цінової політики (знижки, акції), розвиток партнерських відносин з постачальниками послуг, а також впровадження новітніх технологій для покращення обслуговування (онлайн бронювання, мобільні додатки). Крім того, туроператори можуть застосовувати маркетингові стратегії для просування своїх продуктів на нових ринках та створення сильних брендів.

### **Змістовий модуль 5.**

#### **Документообіг у туроперейтингу**

Документообіг у туроперейтингу включає оформлення та обробку різноманітних документів, необхідних для організації подорожей. Сюди належать договори з постачальниками послуг (готелі, транспортні компанії), ваучери для клієнтів, страхові поліси, візові документи, а також бухгалтерські звіти і фінансові документи. Ефективний документообіг забезпечує належну координацію між усіма учасниками процесу, своєчасне надання послуг та юридичний захист як для туроператорів, так і для туристів. Сучасні системи електронного документообігу спрощують процеси, підвищуючи швидкість і точність обробки інформації.

### **Змістовий модуль 6.**

#### **Управління конфліктами у туроперейтингу**

Управління конфліктами у туроперейтингу передбачає ефективне вирішення суперечок, які можуть виникати між туроператорами, постачальниками послуг та туристами. Конфлікти можуть бути пов'язані з затримками або скасуванням послуг, невідповідністю очікувань клієнтів, помилками в

бронюванні або проблемами з оплатою. Туроператори повинні мати стратегії вирішення таких ситуацій, що включають чітку комунікацію, своєчасну реакцію, компенсації або альтернативні рішення. Налагоджена система управління конфліктами допомагає підтримувати репутацію компанії та забезпечувати лояльність клієнтів.

### Змістовий модуль 7.

#### Автоматизація процесів у туроперейтингу

Автоматизація процесів у туроперейтингу включає використання сучасних технологій для оптимізації ключових операцій, таких як бронювання, обробка платежів, управління базою даних клієнтів і постачальників, а також формування туристичних продуктів. Автоматизовані системи дозволяють скоротити час на виконання рутинних завдань, знижують ризик помилок і підвищують ефективність роботи туроператора. Важливими інструментами є CRM-системи, платформи для онлайн-бронювання, аналітичні програми для прогнозування попиту і управління ціноутворенням. Це забезпечує кращий сервіс для клієнтів та підвищує конкурентоспроможність компанії.

### Змістовий модуль 8.

#### Процес організації турів

Процес організації турів включає кілька ключових етапів, починаючи з дослідження ринку та визначення потреб цільової аудиторії. Туроператор розробляє маршрут, вибирає напрямки, готелі, транспорт, екскурсії та інші послуги, формуючи комплексний туристичний продукт. Наступним етапом є укладання договорів з постачальниками послуг та бронювання необхідних ресурсів. Туроператор встановлює ціни на тури, враховуючи витрати та ринкову ситуацію, після чого починається маркетингова кампанія для залучення клієнтів. Після продажу турів туроператор здійснює координацію всіх етапів подорожі, включаючи підтвердження бронювань, видачу квитків, ваучерів та документів. У випадку непередбачених ситуацій, туроператор вирішує проблеми клієнтів, забезпечуючи належний рівень обслуговування протягом всієї подорожі.

### 5. Темі лекційних занять

| № змістового модуля | Назва теми  | Кількість годин |      | Згідно з розкладом |
|---------------------|---|-----------------|------|--------------------|
|                     |   | о/д.ф.          | з.ф. |                    |
| 1.                  | <b>Туроперейтинг як наука і вид діяльності</b><br>1. Що таке туроперейтинг і його роль у туристичній індустрії?<br>2. Які основні функції туроператорів у процесі організації турів?<br>3. Як впливає автоматизація на туроперейтингову діяльність?<br>4. Які стратегії використовують туроператори для успішної роботи на туристичному ринку?                    | 2               | ...  | 1 раз на 2 тижні   |
| 2.                  | <b>"Середовище міжнародного туроперейтингу"</b><br>1. Які основні особливості міжнародного туроперейтингу?<br>2. Як впливають правові та культурні аспекти на діяльність туроператорів на міжнародному ринку?<br>3. Яка роль партнерських відносин у міжнародному туроперейтингу?<br>4. Як глобалізація та конкуренція формують міжнародне туристичне середовище? | 2               | ...  | 1 раз на 2 тижні   |
| 3.                  | <b>"Особливості туроператорської діяльності"</b><br>1. Які основні етапи формування туристичного продукту туроператором?<br>2. Які ризики пов'язані з туроператорською діяльністю і як їх мінімізувати?<br>3. Які ключові відмінності між внутрішньою та міжнародною туроператорською діяльністю?   | 2               |      | 1 раз на 2 тижні   |

|               |   |    |  |                  |
|---------------|---|----|--|------------------|
|               | 4. Як туроператори взаємодіють з постачальниками послуг (готелі, транспортні компанії, екскурсійні агенції)?  |    |  |                  |
| 4.            | <b>"Стратегії туроперейтингу на туристичному ринку"</b><br>1. Які основні стратегії туроператори використовують для залучення клієнтів?<br>2. Як туроператори визначають цінову політику на туристичному ринку?<br>3. Які маркетингові стратегії ефективні для просування туристичних продуктів?<br>4. Як туроператори адаптуються до змін на туристичному ринку та підтримують свою конкурентоспроможність?  | 2  |  | 1 раз на 2 тижні |
| 5.            | <b>"Документообіг у туроперейтингу: класифікація документів"</b><br>1. Які основні види документів використовуються в туроператорській діяльності?<br>2. Які особливості договорів з постачальниками послуг (готелі, транспортні компанії)?<br>3. Які документи необхідні для оформлення туристичних ваучерів і бронювань?<br>4. Які фінансові та бухгалтерські документи ведуть туроператори?<br>5. Як електронний документообіг впливає на ефективність роботи туроператорів? | 2  |  | 1 раз на 2 тижні |
| 6.            | <b>"Поняття конфлікту в туроперейтингу"</b><br>1. Що таке конфлікт у туроперейтингу і які його основні причини?<br>2. Які типи конфліктів найчастіше виникають між туроператорами, постачальниками та клієнтами?<br>3. Які стратегії ефективні для управління конфліктами в туроперейтингу?<br>4. Як превентивні заходи можуть допомогти уникнути конфліктів у туристичній діяльності?  | 2  |  | 1 раз на 2 тижні |
| 7.            | <b>"Автоматизація процесів у туроперейтингу"</b><br>1. Які ключові процеси туроперейтингу підлягають автоматизації?<br>2. Які технології та програмні рішення використовуються для автоматизації в туроперейтингу?<br>3. Як автоматизація впливає на ефективність роботи туроператорів та обслуговування клієнтів?<br>4. Які переваги та виклики автоматизації процесів у туроперейтингу?   | 2  |  | 1 раз на 2 тижні |
| <b>ВСЬОГО</b> |   | 14 |  |                  |

## 6. Теми практичних /семінарських/лабораторних занять

| № змістового модуля | Назва теми   | Кількість годин |      | Згідно з розкладом |
|---------------------|--|-----------------|------|--------------------|
|                     |  | о/д.ф.          | з.ф. |                    |
| 1.                  | <b>Туроперейтинг як наука і вид діяльності.</b><br>1. Що таке туроперейтинг і які його основні наукові аспекти?<br>2. Які ключові функції туроператорської діяльності? | 2               | ...  | щотижня            |

|    |  |   |     |         |
|----|--|---|-----|---------|
|    | <p>3. Як туроперейтинг поєднує економічні, географічні та управлінські науки?</p> <p>4. Які професійні навички потрібні для успішної туроператорської діяльності?</p>  |   |     |         |
| 2. | <p><b>Туроператор як суб'єкт туристичного ринку</b></p> <p>1. Яку роль туроператор відіграє на туристичному ринку?</p> <p>2. Які функції туроператора як посередника між постачальниками послуг і туристами?</p> <p>3. Як туроператори впливають на формування попиту і пропозиції на туристичному ринку?</p> <p>4. Які чинники впливають на конкурентоспроможність туроператорів на ринку?</p>  | 2 | ... | щотижня |
| 3. | <p><b>Зовнішні фактори туроперейтингу</b></p> <p>1. Як економічні умови впливають на діяльність туроператорів?</p> <p>2. Який вплив мають політичні та правові зміни на туроперейтинг?</p> <p>3. Як соціальні та культурні фактори впливають на попит у туризмі?</p> <p>4. Яку роль відіграють екологічні та природні умови в плануванні туристичних продуктів?</p>  | 2 |     | щотижня |
| 4. | <p><b>Внутрішні факторитуроперейтингу</b></p> <p>1. Як управлінська структура туроператора впливає на його ефективність?</p> <p>2. Яку роль відіграють фінансові ресурси та їхнє управління в діяльності туроператора?</p> <p>3. Як рівень кваліфікації персоналу впливає на якість туристичних послуг?</p> <p>4. Які внутрішні процеси автоматизації підвищують ефективність роботи туроператора?</p>   | 2 |     | щотижня |
| 5. | <p><b>Тур-проекування, тур-планування та просування туру</b></p> <p>1. Які етапи включає тур-проекування і як визначаються ключові елементи туристичного продукту?</p> <p>2. Як відбувається планування туру з урахуванням потреб цільової аудиторії?</p> <p>3. Які методи використовуються для просування туру на внутрішньому та міжнародному ринках?</p> <p>4. Як туроператори оцінюють ефективність рекламних кампаній для просування турів?</p>         | 2 |     | щотижня |
| 6. | <p><b>Основні схеми роботи з постачальниками туристичних послуг</b></p> <p>1. Які моделі співпраці туроператорів із постачальниками послуг (готелі, авіакомпанії, екскурсійні агенції)?</p> <p>2. Як укладаються договори з постачальниками і які ключові умови враховуються?</p> <p>3. Які механізми контролю якості послуг постачальників використовують туроператори?</p> <p>4. Які ризики виникають у роботі з постачальниками і як їх мінімізувати?</p> | 2 |     | щотижня |
| 7. | <p><b>Стратегічний аналіз в туроперейтингу</b></p> <p>1. Які інструменти використовуються для стратегічного аналізу в туроперейтингу?</p>  | 2 |     | щотижня |

|     |  |   |  |         |
|-----|--|---|--|---------|
|     | <p>2. Як SWOT-аналіз допомагає оцінити позицію туроператора на ринку?</p> <p>3. Яку роль відіграє аналіз конкурентного середовища у формуванні стратегії туроператора?</p> <p>4. Як зовнішні та внутрішні фактори впливають на стратегічне планування туроператора?</p>  |   |  |         |
| 8.  | <p><b>Стратегічний план діяльності туроператора</b></p> <p>1. Які основні етапи розробки стратегічного плану діяльності туроператора?</p> <p>2. Як туроператор визначає свої цілі та пріоритети в довгостроковій перспективі?</p> <p>3. Які ресурси та інструменти необхідні для реалізації стратегічного плану туроператора?</p> <p>4. Як туроператор оцінює ефективність виконання стратегічного плану та вносить корективи?</p>                                 | 2 |  | щотижня |
| 9.  | <p><b>Документообіг у туроперейтингу Класифікація документів</b></p> <p>1. Які основні види документів використовуються у туроператорській діяльності?</p> <p>2. Як класифікуються документи за призначенням (договірні, фінансові, організаційні)?</p> <p>3. Які документи потрібні для укладання договорів із постачальниками туристичних послуг?</p> <p>4. Які вимоги висуваються до оформлення бухгалтерської та фінансової документації в туроперейтингу?</p> | 2 |  | щотижня |
| 10. | <p><b>Формування документів</b></p> <p>1. Які ключові етапи формування документів у туроператорській діяльності?</p> <p>2. Які документи потрібні для укладання договорів з клієнтами та постачальниками послуг?</p> <p>3. Як здійснюється оформлення туристичних ваучерів, квитків та страхових полісів?</p> <p>4. Які вимоги до зберігання та обліку фінансових і юридичних документів у туроперейтингу?</p>   | 2 |  | щотижня |
| 11. | <p><b>Поняття конфлікту в туроперейтингу</b></p> <p>1. Що таке конфлікт у туроперейтингу і які його основні причини?</p> <p>2. Які типи конфліктів можуть виникати між туроператорами, постачальниками та туристами?</p> <p>3. Які методи та стратегії використовуються для управління конфліктами у туроперейтингу?</p> <p>4. Як запобігати конфліктам через покращення комунікації та організації процесів?</p>  | 2 |  | щотижня |
| 12. | <p><b>Управління конфліктами у туроперейтингу</b></p> <p>1. Які основні причини виникнення конфліктів у туроперейтингу?</p> <p>2. Які методи використовуються для ефективного управління конфліктами між туроператорами, постачальниками та клієнтами?</p> <p>3. Як туроператори можуть запобігати конфліктам через належне планування та комунікацію?</p> <p>4. Яку роль відіграє медіація та альтернативне вирішення спорів у туроперейтингу?</p>                | 2 |  | щотижня |
| 13. | <p><b>Основні напрямки автоматизації</b></p> <p>1. Які ключові процеси в туроперейтингу підлягають автоматизації?</p>  | 2 |  | щотижня |



|               |   |    |  |                |
|---------------|---|----|--|----------------|
|               | <p>2. Як автоматизовані системи бронювання впливають на ефективність роботи туроператорів?</p> <p>3. Яку роль відіграють CRM-системи в управлінні взаємовідносинами з клієнтами у туроперейтингу?</p> <p>4. Які переваги надає автоматизація фінансових і бухгалтерських процесів у туроператорській діяльності?</p>  |    |  |                |
| 14.           | <p><b>Основні напрямки використання Інтернет ресурсів у туроперейтингу</b></p> <p>1. Яку роль відіграють онлайн-платформи для бронювання туристичних послуг у діяльності туроператорів?</p> <p>2. Як туроператори використовують інтернет-маркетинг для просування своїх туристичних продуктів?</p> <p>3. Які інтернет-ресурси допомагають туроператорам покращити обслуговування клієнтів (онлайн-консультації, відгуки, мобільні додатки)?</p> <p>4. Як соціальні мережі впливають на залучення нових клієнтів та підвищення впізнаваності бренду туроператора?</p> | 2  |  | <i>Щотижня</i> |
| <b>всього</b> |   | 28 |  |                |

**7. Самостійна робота**



| № змістового модуля | Питання для самостійного опрацювання   | Кількість годин |      |
|---------------------|--|-----------------|------|
|                     |  | о/д.ф.          | з.ф. |
| 1.                  | Які особливості розвитку регіонального туropolерейтингу порівняно з міжнародним?                         | 11              |      |
| 2.                  | Які фактори впливають на попит на регіональні туристичні продукти?                                       | 11              |      |
| 3.                  | Як туropolератори формують та просувають туристичні маршрути в межах одного регіону?                     | 11              |      |
| 4.                  | Яку роль відіграє співпраця з місцевими постачальниками послуг у регіональному туropolерейтингу?         | 11              |      |
| 5.                  | Які переваги та виклики є в організації внутрішнього туризму в межах конкретного регіону?                | 11              |      |
| 6.                  | Як інфраструктура впливає на розвиток регіонального туropolерейтингу?                                    | 11              |      |
| 7.                  | Які стратегії використовують туropolератори для залучення туристів до менш популярних регіонів?          | 11              |      |
| 8.                  | Як регіональні особливості (культура, природа, історія) формують унікальні туристичні продукти?          | 11              |      |
| 9.                  | Які можливості для розвитку екологічного туризму існують у регіональному туropolерейтингу?               | 10              |      |
| 10.                 | Як державна політика і регіональні ініціативи впливають на розвиток туropolерейтингу в окремих регіонах? | 10              |      |
| всього              |  | 108             |      |

**8. Види і зміст поточних контрольних заходів**

| № змістового модуля | Вид поточного контрольного заходу | Зміст поточного контрольного заходу*  | Критерії оцінювання та термін виконання  | Усього балів |
|---------------------|-----------------------------------|---|--|--------------|
| 1                   | тести                             | Розв'язання 15-30 завдань у вигляді питань із вибором відповідей або відкритих питань для оцінки рівня засвоєння матеріалу    | кількість правильних відповідей, де кожна правильна відповідь оцінюється у фіксовану кількість балів. Додатково враховується дотримання часових обмежень: якщо тест виконано вчасно, результати оцінюються за кількістю правильних відповідей, а перевищення часу може призвести до зниження оцінки або дискваліфікації результатів. | 20           |
|                     | усне опитування                   | перевірка знань у форматі діалогу між викладачем і студентом, що дозволяє оцінити розуміння теми.                             | 1. Правильність та повнота відповіді<br>2. Логічність і послідовність викладу<br>3. Знання термінології<br>4. Вміння аргументувати відповідь<br>5. Впевненість та активність у відповіді   | 5            |
|                     | ситуаційна задача, метод кейсів   | метод контролю, який передбачає вирішення конкретної проблемної ситуації, наближеної до реальних умов професійної діяльності. | 1. Правильність вирішення проблеми<br>2. Застосування теоретичних знань<br>3. Логічність та послідовність мислення<br>4. Творчий підхід<br>5. Аргументованість рішень  | 5            |

|                                  |                          |   |  |           |
|----------------------------------|--------------------------|---|--|-----------|
|                                  | Тренінги та рольові ігри | модельовання професійних ситуацій для перевірки навичок та знань у практичних умовах.   | 1. Активність участі<br>2. Вміння працювати в команді<br>3. Застосування теоретичних знань на практиці<br>4. Комунікативні навички<br>5. Рішення поставлених завдань   | 5         |
|                                  | Дебати та дискусії       | перевірка вміння аргументувати свою точку зору та аналізувати різні точки зору на певні проблеми.   | 1. Якість аргументів<br>2. Логічність та послідовність викладу<br>3. Вміння слухати та відповідати опоненту<br>4. Ораторські та комунікативні навички<br>5. Вміння дотримуватись регламенту                        | 5         |
|                                  | Презентації              | демонстрація студентами своїх знань та умінь через підготовку та публічний захист робіт.  | 1. Змістовність та повнота інформації<br>2. Структурованість та логічність викладу<br>3. Візуальне оформлення презентації<br>4. Ораторські навички та впевненість у виступі<br>5. Відповіді на запитання аудиторії | 5         |
| 2                                | контрольна робота        | оцінка знань та умінь студентів за конкретною темою або розділом курсу шляхом виконання завдань, що вимагають аналізу, розрахунків або письмового викладу теоретичних положень. | 1. Правильність виконання завдань<br>2. Повнота відповіді<br>3. Логічність та послідовність вирішення<br>4. Дотримання вимог і формату завдання<br>5. Самостійність виконання                                      | 5         |
|                                  | самостійна робота        | перевірка рівня знань студентів та засвоєння матеріалу і вміють застосовувати його без допомоги викладача.  | 1. Правильність виконання завдань<br>2. Глибина опрацювання матеріалу<br>3. Логічність та послідовність викладу<br>4. Оригінальність та самостійність рішень<br>5. Дотримання термінів виконання                   | 5         |
|                                  | практична робота         | перевірка набутих навичок через виконання практичних завдань у лабораторних або польових умовах.  | 1. Правильність виконання завдань<br>2. Застосування теоретичних знань<br>3. Якість та точність виконання практичних дій<br>4. Самостійність виконання<br>5. Дотримання інструкцій та техніки безпеки              | 5         |
| <b>Усього за змістові модулі</b> | <b>8</b>                 |   |  | <b>60</b> |

## 9. Підсумковий семестровий контроль

| Форма          | Види підсумкових контрольних заходів               | Зміст підсумкового контрольного заходу*  | Критерії оцінювання  | Усього балів |
|----------------|--|--|--|--------------|
| 1              | 2  | 3  | 4  | 5            |
| <b>Екзамен</b> | Екзамен – усне опитування з двох випадкових питань | <p>Питання для підготовки:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Визначення поняття туropерейтингу та його роль у туристичній галузі.</li> <li>2. Туристичний продукт як основа туropерейтингу.</li> <li>3. Структура та види туристичних пакетів.</li> <li>4. Роль туropератора у створенні та просуванні регіональних турів.</li> <li>5. Законодавче регулювання діяльності туropераторів на регіональному рівні.</li> <li>6. Аналіз туристичного ринку конкретного регіону.</li> <li>7. Сезонність у туropерейтингу та її вплив на планування турів.</li> <li>8. Регіональні особливості формування туристичних маршрутів.</li> <li>9. Взаємодія туropератора з постачальниками туристичних послуг у регіоні.</li> <li>10. Види регіональних турів: культурні, природничі, оздоровчі, спортивні.</li> <li>11. Роль локальних культурних особливостей у формуванні туристичного продукту.</li> <li>12. Організація екскурсійних програм на регіональному рівні.</li> <li>13. Використання інформаційних технологій у регіональному туropерейтингу.</li> <li>14. Маркетингові стратегії туropератора на регіональному ринку.</li> <li>15. Економічна ефективність регіональних турів.</li> <li>16. Проблеми екологічної стійкості у регіональному туropерейтингу.</li> <li>17. Співпраця з місцевими органами влади та громадами в туropерейтингу.</li> <li>18. Регіональні туристичні ресурси та їх вплив на формування турів.</li> <li>19. Аналіз конкуренції на ринку регіональних турів.</li> <li>20. Організація і проведення фестивалів турів у регіоні.</li> <li>21. Транспортна логістика у регіональному туropерейтингу.</li> <li>22. Безпека туристів у регіональних турах.</li> <li>23. Роль туropератора в розвитку внутрішнього туризму.</li> <li>24. Вплив глобалізації на розвиток регіональних туристичних продуктів.</li> <li>25. Позиціонування регіонального туристичного продукту на міжнародному ринку.</li> <li>26. Організація турів вихідного дня: особливості та попит.</li> <li>27. Регіональний туризм для спеціалізованих груп (екотуризм, гастрономічні тури).</li> <li>28. Виклики та перспективи розвитку регіонального туropерейтингу в Україні.</li> <li>29. Туropерейтинг у контексті сталого розвитку регіонів.</li> <li>30. Оцінка туристичного потенціалу регіонів та стратегічне планування турів.</li> </ol> | <p><b>Екзамен</b> проводиться в усній формі чи письмовій формі за вивченим матеріалом.</p> <p>Два питання теоретичного і практичного напрямку обов'язкові, третє завдання – тестування.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Повнота та правильність відповіді – наскільки відповідь охоплює всі ключові аспекти питання і чи відповідає вона заданій темі.</li> <li>2. Глибина аналізу – оцінюється здатність студента аналізувати матеріал, робити висновки та наводити приклади.</li> <li>3. Логічність та послідовність викладу – наскільки чітко й логічно студент структурував відповідь.</li> <li>4. Практичне застосування – здатність студента навести реальні приклади з регіонального туropерейтингу або застосувати теоретичні знання на практиці.</li> <li>5. Оформлення та відповідність вимогам – правильне використання термінології, дотримання структури відповіді та грамотність.</li> </ol> | 10           |

|              |  |  |  |           |
|--------------|--|--|--|-----------|
|              | Контрольне тестування                  | Зміст контрольного тестування з однією правильною відповіддю і обмеженням часу полягає в перевірці знань студентів через запитання, де з кількох варіантів відповідей лише один є правильним. Всього пропонується 30 питань. Додатково встановлене обмеження часу для виконання тесту – 45 хвилин стимулює студентів демонструвати не лише знання, але й швидкість мислення та вміння ефективно працювати в умовах тиску, що допомагає підвищити об'єктивність оцінювання. | Оцінюється кількість правильних відповідей, де кожна правильна відповідь оцінюється у фіксовану кількість балів. Додатково враховується дотримання часових обмежень: якщо тест виконано вчасно, результати оцінюються за кількістю правильних відповідей, а перевищення часу може призвести до зниження оцінки або дискваліфікації результатів | 10        |
|              | Практичне завдання -<br>Метод проектів | студенти виконують комплексну роботу, спрямовану на вирішення певної практичної або дослідницької задачі. В рамках цього методу студенти застосовують отримані знання на практиці, працюючи над проектом, який може включати розробку, аналіз або створення чогось нового, що дозволяє оцінити їхні практичні навички, креативність та здатність до самостійної роботи.  | 1. Відповідність завданню<br>2. Інноваційність та креативність<br>3. Якість та глибина дослідження<br>4. Практичне застосування результатів<br>5. Оформлення та презентація проекту  | 20        |
| Усього балів |  |  |  | <b>40</b> |



**Шкала оцінювання ЗНУ: національна та ECTS**

| За шкалою ECTS | За шкалою університету                                     | За національною шкалою |               |
|----------------|--|------------------------|---------------|
|                |  | Екзамен                | Залік         |
| A              | 90 – 100 (відмінно)  | 5 (відмінно)           | Зараховано    |
| B              | 85 – 89 (дуже добре)                                       | 4 (добре)              |               |
| C              | 75 – 84 (добре)  |                        |               |
| D              | 70 – 74 (задовільно)                                       | 3 (задовільно)         |               |
| E              | 60 – 69 (достатньо)  |                        |               |
| FX             | 35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання) | 2 (незадовільно)       | Не зараховано |
| F              | 1 – 34 (незадовільно – з обов'язковим повторним курсом)    |                        |               |

**9. Рекомендована література**

**Основна:**

1. Баженова С.Е. Основи туropolерейтингу: навч. посіб. для студентів (напряом підгот. 6.140103 "Туризм"); Кам'янець-Поділ. нац. ун-т ім. Івана Огієнка. Кам'янець-Подільський: Кам'янець-Поділ. нац. ун-т ім. Івана Огієнка, 2018. 187 с
2. Бабарицька В., Малиновська О. Менеджмент туризму. Туropolерейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: навч. посіб. Київ : Альтерпрес, 2008
3. Брич. В. Я. Туropolерейтинг: підруч. / за заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. Тернопіль : Екон. думка ТНЕУ, 2019. 440 с.
4. Головінець В, Горобець О., Гуцал С. та ін. Туризм України: економічні та організаційні механізми розвитку Тернопіль. : Терно-граф, 2008
5. Коротун С. І., Конарівська О. Б. Особливості формування комунікаційної політики на підприємствах готельного господарства в сучасних умовах. Сучасні проблеми та шляхи економічного розвитку підприємств та індустрії туризму в Україні : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції викладачів, молодих вчених і студентів, 18 травня 2018 р. Дніпро : ДГУ, 2018. С. 119–122.
6. Михайліченко Г.І. Туropolерейтинг підручник . Київ : [Київ. нац. торг.-екон. ун-т], 2018 . 304 с.
7. Чуєва І. О. Регіональний туropolерейтинг : практикум для здобувачів ступеня вищої освіти магістра спеціальності 242 «Туризм і рекреація» освітньо-професійної програми «Туризмознавство і гостинність». Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2024. 66 с.

**Додаткова:**

1. Бурковська А. В. Маркетинговий аудит : навч. посіб.. К.: ЦУЛ, 2014. 208с.
2. Ящишина І. В. Організація підприємницької діяльності в туризмі: навч.-метод. посіб. / Кам'янець-Поділ. нац. ун-т ім. Івана Огієнка, Екон. ф-т, Каф. туризму та екон. теорії. Кам'янець-Подільський : Абетка, 2015. 117 с.
3. Ведмідь Н.І., Михайліченко Г.І. Курортний туropolерейтинг: опорний конспект лекцій. К.: КНТЕУ, 2016. 202 с.
4. Туropolерейтинг. Методичні рекомендації до проведення практичних занять з дисципліни «Туropolерейтинг» спеціальності 242 «Туризм» / В.М. Шаповал, Л. І. Юрчишина; Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка». Д.: НТУ «ДП», 2021. 30 с
5. Шаповал В.М. Туropolерейтинг. Конспект лекцій для бакалаврів спеціальності 242 Туризм, Дніпро: НТУ «ДП», 2021. 77 с.



## 10. Інформаційні ресурси

Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації: [Електронний ресурс] – режим доступу: [www.unwto.org](http://www.unwto.org)

Туристична бібліотека «Все про туризм»: [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://tourlib.net/transport.htm>

Офіційний сайт Всесвітнього Економічного Форуму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.weforum.org>.

Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

## 11. Регуляції і політики курсу

### Відвідування занять. Регуляція пропусків.

Успішне освоєння дисципліни потребує завчасного ознайомлення з метою, завданнями та структурою курсу (силабусом), вдумливого сприйняття лекційного матеріалу, своєчасної підготовки до практичних занять, відповідального і своєчасного (згідно з графіком навчального процесу) виконання всіх передбачених програмою завдань. Взаємоповага серед учасників навчального процесу включає вимоги не спізнюватися на заняття, не відволікати викладача й колег телефонними дзвінками, виявляти доброзичливий інтерес до відповідей одногрупників, проявляти коректну активність при обговоренні проблемних питань тощо.

### Політика академічної доброчесності

Студенти і викладачі Запорізького національного університету несуть персональну відповідальність за дотримання принципів академічної доброчесності, затверджених **Кодексом академічної доброчесності ЗНУ**: <https://tinyurl.com/ya6yk4ad>. Декларація академічної доброчесності здобувача вищої освіти (додається в обов'язковому порядку до письмових кваліфікаційних робіт, виконаних здобувачем, та засвідчується особистим підписом): <https://tinyurl.com/y6wzlu3>.

### Використання комп'ютерів/телефонів на занятті

*Використання мобільних телефонів, планшетів та інших гаджетів під час лекційних та практичних занять дозволяється виключно у навчальних цілях (для уточнення певних даних, перевірки правопису, отримання довідкової інформації тощо). Будь ласка, не забувайте активувати режим «без звуку» до початку заняття.*

*Під час виконання заходів контролю використання гаджетів заборонено. У разі порушення цієї заборони роботу буде анульовано без права перескладання.*

### Комунікація

*Базовою платформою для комунікації викладача зі студентами є Moodle.*

*Важливі повідомлення загального характеру – зокрема, оголошення про терміни подання контрольних робіт – регулярно розміщуються викладачем на форумі курсу. Для персональних запитів використовується сервіс приватних повідомлень. Відповіді на запити студентів подаються викладачем впродовж трьох робочих днів. Для оперативного отримання повідомлень про оцінки та нову інформацію, розміщену на сторінці курсу у Moodle, будь ласка, переконайтеся, що адреса електронної пошти, зазначена у вашому профайлі на Moodle, є актуальною, та регулярно перевіряйте папку «Спам». Якщо за технічних причин доступ до Moodle є неможливим, або ваше питання потребує термінового розгляду, направте електронного листа з позначкою «Важливо» на адресу [denizenko@ukr.net](mailto:denizenko@ukr.net). У листі обов'язково вкажіть ваше прізвище та ім'я, курс та шифр академічної групи*



**ДОДАТОК ДО СИЛАБУСУ ЗНУ – 2024-2025 рр.**

**ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ 2024-2025 н. р.** доступний за адресою:  
<https://tinyurl.com/yckze4jd>.

**АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ.** Студенти і викладачі Запорізького національного університету несуть персональну відповідальність за дотримання принципів академічної доброчесності, затверджених **Кодексом академічної доброчесності ЗНУ:** <https://tinyurl.com/ya6yk4ad>. Декларація академічної доброчесності здобувача вищої освіти (додається в обов'язковому порядку до письмових кваліфікаційних робіт, виконаних здобувачем, та засвідчується особистим підписом): <https://tinyurl.com/y6wzzlu3>.

**НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ.** Перевірка набутих студентами знань, навичок та вмінь (атестації, заліки, іспити та інші форми контролю) є невід'ємною складовою системи забезпечення якості освіти і проводиться відповідно до Положення про організацію та методику проведення поточного та підсумкового семестрового контролю навчання студентів ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9tve4lk>.

**ПОВТОРНЕ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІН, ВІДРАХУВАННЯ.** Наявність академічної заборгованості до 6 навчальних дисциплін (в тому числі проходження практики чи виконання курсової роботи) за результатами однієї екзаменаційної сесії є підставою для надання студенту права на повторне вивчення зазначених навчальних дисциплін. Порядок повторного вивчення визначається Положенням про порядок повторного вивчення навчальних дисциплін та повторного навчання у ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9pkmmp5>. Підстави та процедури відрахування студентів, у тому числі за невиконання навчального плану, регламентуються Положенням про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів у ЗНУ: <https://tinyurl.com/ycds57la>.

**НЕФОРМАЛЬНА ОСВІТА.** Порядок зарахування результатів навчання, підтверджених сертифікатами, свідоцтвами, іншими документами, здобутими поза основним місцем навчання, регулюється Положенням про порядок визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті: <https://tinyurl.com/y8ggt4xs>.

**ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТІВ.** Порядок і процедури врегулювання конфліктів, пов'язаних із корупційними діями, зіткненням інтересів, різними формами дискримінації, сексуальними домаганнями, міжособистісними стосунками та іншими ситуаціями, що можуть виникнути під час навчання, регламентуються Положенням про порядок і процедури вирішення конфліктних ситуацій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/57wha734>. Конфліктні ситуації, що виникають у сфері стипендіального забезпечення здобувачів вищої освіти, вирішуються стипендіальними комісіями факультетів, коледжів та університету в межах їх повноважень, відповідно до: Положення про порядок призначення і виплати академічних стипендій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/yd6bq6p9>; Положення про призначення та виплату соціальних стипендій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9r5dpwh>.

**ПСИХОЛОГІЧНА ДОПОМОГА.** Телефон довіри практичного психолога **Марті Ірини Вадимівни** (061) 228-15-84, (099) 253-78-73 (щоденно з 9 до 21).

**УПОВНОВАЖЕНА ОСОБА З ПИТАНЬ ЗАПОБІГАННЯ ТА ВИЯВЛЕННЯ КОРУПЦІЇ**  
Запорізького національного університету: **Банах Віктор Аркадійович**  
Електронна адреса: [v\\_banakh@znu.edu.ua](mailto:v_banakh@znu.edu.ua)  
Гаряча лінія: Тел. [\(061\) 227-12-76](tel:+380612271276)



# ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Силабус навчальної дисципліни



**РІВНІ МОЖЛИВОСТІ ТА ІНКЛЮЗИВНЕ ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ.** Центральні входи усіх навчальних корпусів ЗНУ обладнані пандусами для забезпечення доступу осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення. Допомога для здійснення входу у разі потреби надається черговими охоронцями навчальних корпусів. Якщо вам потрібна спеціалізована допомога, будь ласка, зателефонуйте (061) 228-75-11 (начальник охорони). Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення у ЗНУ: <https://tinyurl.com/ydhcsagx>.

## РЕСУРСИ ДЛЯ НАВЧАННЯ.

**Наукова бібліотека:** <http://library.znu.edu.ua>. Графік роботи абонементів: понеділок-п'ятниця з 08.00 до 16.00; вихідні дні: субота і неділя.

## СИСТЕМА ЕЛЕКТРОННОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАННЯ (MOODLE):

<https://moodle.znu.edu.ua>

Якщо забули пароль/логін, направте листа з темою «Забув пароль/логін» за адресою: [moodle.znu@znu.edu.ua](mailto:moodle.znu@znu.edu.ua).

У листі вкажіть: прізвище, ім'я, по-батькові українською мовою; шифр групи; електронну адресу.

Якщо ви вказували електронну адресу в профілі системи Moodle ЗНУ, то використовуйте посилання для відновлення паролю <https://moodle.znu.edu.ua/mod/page/view.php?id=133015>.

**ЦЕНТР ІНТЕНСИВНОГО ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ:** <http://sites.znu.edu.ua/child-advance/>

**ЦЕНТР НІМЕЦЬКОЇ МОВИ, ПАРТНЕР ГЕТЕ-ІНСТИТУТУ:**

<https://www.znu.edu.ua/ukr/edu/ocznu/nim>

**ШКОЛА КОНФУЦІЯ (ВИВЧЕННЯ КИТАЙСЬКОЇ МОВИ):** <http://sites.znu.edu.ua/confucius>