

Міністерство освіти і науки
Житомирський державний університет імені Івана Франка

Кафедра екології та географії

**ІНСТРУКТИВНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ ДО ПРАКТИЧНИХ
ЗАНЯТЬ, З ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ
«ТУРОПЕРЕЙТИНГ»**

**для підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
усіх форм навчання освітньо-професійної програми «Туризм»**



Житомир, 2025

УДК:338.486.2

Рекомендовано до друку вченою радою Житомирського державного
університету імені Івана Франка
(протокол № 8 від 23 квітня 2025)

Рецензенти:

ЛЮБИЦЕВА Ольга – доктор географічних наук, професор кафедри
країнознавства та туризму, завідувач кафедри країнознавства та туризму
Київського національного університету імені Тараса Шевченка;

ПАСЕКА Станіслава – доктор економічних наук, професор, завідувач
кафедри туризму і готельно-ресторанної справи Черкаського національного
університету імені Б. Хмельницького;

ТАРАСОВА Валентина – доктор економічних наук, професор кафедри
екології та географії Житомирського державного університету імені Івана
Франка.

I-72 Інструктивно-методичні матеріали до практичних занять з освітньої
компоненти «Туроперейтинг» для підготовки здобувачів першого
(бакалаврського) рівня вищої освіти усіх форм навчання ОПП «Туризм»
/ Укладачі І. К. Нестерчук, О. М. Овдіюк, І. Г. Ердей .– Житомир: ЖДУ
імені Івана Франка, 2025. 30 с.

Видання друге, доповнене і змінене

© Нестерчук І.К., 2025

© Овдіюк О.М., 2025

© Ердей І. Г., 2025

© Житомирський державний
університет імені Івана Франка, 2025

УДК:338.486.2

I-72

ЗМІСТ

ст.

Вступ	4
Модуль I. Теоретичні аспекти туropolерейтингу	5
Практичне заняття № 1	5
Практичне заняття № 2... ..	5
Практичне заняття № 3... ..	7
Практичне заняття № 4... ..	7
Практичне заняття № 5... ..	8
Практичне заняття № 6... ..	9
2. Питання для самоконтролю знань за Модулем I.....	10
Модуль II Прикладний туropolерейтинг.....	11
Практичне заняття № 7	11
Практичне заняття № 8... ..	11
Практичне заняття № 9... ..	12
Практичне заняття № 10	12
Практичне заняття № 11	13
Практичне заняття № 12	14
Практичне заняття № 13	14
Практичне заняття № 14	15
3. Питання для самоконтролю знань за Модулем II	16
4. Оцінювання	27
5.Список рекомендованої літератури	29

Вступ

Метою методичних рекомендацій для проведення практичних занять з освітньої компоненти «Туроперейтинг» є виконання, засвоєння та відпрацювання навчального матеріалу, що пропонується здобувачам. Практичне заняття формує у бакалаврів культуру розумової праці, пізнавальну активність, самостійність та ініціативу до набуття знань.

Практичні заняття – вважаються одними із досить ефективних і значущих форм навчального процесу, на заняттях здобувачі закріплюють та поглиблюють знання з освітньої компоненти «Туроперейтинг». Практичні роботи допомагають розвивати творчу самостійність, поглиблюють інтерес до науки і наукових досліджень у сфері туризму та рекреації, виховують практичні навички ведення туристичного бізнесу, розвивають логічне мислення.

Освітня компонента «Туроперейтинг» належить до обов'язкового курсу підготовки фахівців за ОПП «Туризм», викладається вона на третьому курсі. Для того, щоб набути прикладні вміння і навички щодо методологічного апарату технології туроперейтингу для вирішення конкретних економічних завдань, що виникають у сфері туристичної індустрії при розробці або просуванні нового тур продукту, заснуванні власного туристичного бізнесу, управлінні туристичними підприємствами або використанні послуг, що вони надають.

Дані методичні рекомендації подаються як методично-інструктивний матеріал, необхідний здобувачам протягом семестру, що допоможе їм якісно підготуватися до практичних робіт за темами освітньої компоненти. До складу завдань з практичних робіт входять питання для обговорення: правила формування програм перебування туристів, організація туристичних подорожей туроператором. Майбутні фахівці з туризму та рекреації у процесі виконання практичних робіт отримають необхідні знання та навички для подальшої практичної і фахової підготовки.

Методичні рекомендації можуть бути використані для здобувачів вищої освіти освітньої програми Туризм на практичних заняттях з освітньої компоненти «Туроперейтинг».

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ «ТУРОПЕРЕЙТИНГ» МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ

Практичне заняття № 1

ТЕМА: ОСНОВИ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ.

Мета: сформувати розуміння понятійно-термінологічного апарату туropolерейтингу.

Ознайомити здобувачів з основними етапами туropolераторської діяльності в Україні.

1. Питання для обговорення
2. Поняття «туropolерейтинг» та види діяльності туropolератора.
3. Класифікація та види туropolераторів.
4. Функції туристичних операторів і туристичних агентів.
5. Зовнішні та внутрішні фактори туropolерейтингу.
6. Знайомство з сайтами провідних операторів на ринку України.

2. Практичні завдання.

Завдання 1.

Заповніть таблицю 1 «Профіль роботи туropolераторів» вписавши у стовбці назви туристичних операторів згідно їх профілю, що діють на ринку України.

Таблиця 1

Профіль роботи туropolераторів

№	Монопрофільні	Багатопрофільні

Рекомендована література [2, 5].

Практичне заняття №2

ТЕМА: ТУРОПЕРЕЙТИНГ ТА АГЕНТСЬКИЙ БІЗНЕС В ТУРИЗМІ.

Мета: формувати розуміння сучасних реалій в туropolерейтингу та агентському бізнесі в туризмі на теренах України.

1. Питання для обговорення.

1. Формування бізнесу туристичного оператора: нормативно-правові вимоги.
2. Організаційна структура туроператора: взаємозв'язок роботи підрозділів.
3. Роль та завдання туроператора на туристичному ринку.
4. Види туроператорів за спеціалізацією, територіальним рівнем та формою організації.
5. Основні функції туроператора.
6. Туристичний агент, як посередник.
7. Головні принципи взаємодії туроператорів і турагентів. Договірні взаємовідносини.
8. Просування продукту операторів туристичними агентами на просторах інтернету: сайти, сторінки у Інстаграм, Фейсбук, Тік-Ток.

2. Практичні завдання.

Завдання 1.

Заповніть таблицю 2 «Класифікація туроператорів» за напрямками роботи, вписавши у стовбці назви туристичних операторів згідно їх профілю, що діють на ринку України.

Таблиця 2

Класифікація туроператорів

№	Ініціативні	Рецептивні

Завдання 2.

Скласти порівняльну таблицю щодо основних відмінностей туроператора та турагента за такими ознаками: відношення до створення туристичного продукту, формування доходів, розмір суб'єкта, просування туристичного продукту, контакт зі споживачами, приналежність до туристичного продукту, правовий статус.

Рекомендована література [2, 5, 13-19].

Практичне заняття №3

ТЕМА: ТЕХНОЛОГІЯ СТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ТА ФОРМУВАННЯ ЙОГО АСОРТИМЕНТУ.

Мета: засвоїти навички створення привабливого туристичного продукту, та засобів реалізації маркетингової стратегії.

1. Питання для обговорення.

2. Технологія створення туристичного продукту та формування його асортименту (розглянути на прикладі ТО Join Up).
3. Туристичний продукт.
4. Споживчі якості туристичного продукту.
5. Структура туристичного продукту.
6. Тур.
7. Переваги та недоліки індивідуальних та групових турів.
8. Туристична послуга.
9. Складові туристичного пакета.

2. Практичні завдання.

Завдання 1. «Круїз Середземним морем» Перед менеджерами туристичної фірми «Вангог», поставлено завдання скласти програмний тур до країн Середземного моря. Тур вихідного дня.

Завдання: 2. Розробить туристичну програму як туроператор до Болгарії, враховуючи головні особливості її складання: для людей з особливими потребами (віком 35-45 років) у літній період часу (враховуючи перевізників, які діють на ринку України та Болгарії, приймаючі сторони у Болгарії і страхових агентів)

Завдання 3. «Реальна ситуація в туристичній фірмі». Здобувачі утворюють міні-групи та відтворюють робочі ситуації в туристичній фірмі: новий конкурент на ринку, який надає такі ж гастрономічні тури як Ви. Ваші дії та кроки в дані ситуації? (На прикладі різних країн).

Рекомендована література [1-6]

Практичне заняття №4

ТЕМА: ПРАВИЛА ФОРМУВАННЯ ПРОГРАМ ПЕРЕБУВАННЯ ТУРИСТІВ.

Мета: засвоїти правила формування програм перебування туристів.

1. Питання для обговорення.

1. Характеристика термінів: «програмне обслуговування в туризмі», «програма перебування туристів».

2. Елементи програми туристичного обслуговування (на прикладі організації турів ТО «Фієрія Мандрів», «ITravel»).

3. Фактори, які впливають на структуру туру та комплектацію програм перебування туристів. Види програмних заходів та їх характеристика.

4. Алгоритм розроблення програми обслуговування.

5. Програма туристичного обслуговування. Правила розробки програм перебування туристів. Технологічні документи і правила їх оформлення.

6. Визначення програмного туризму. Програмний туризм та особливості формування пакетних турів. Види програм обслуговування: рекреаційна, курортна, пізнавальна, спортивна, освітня, ділова та інші.

7. Мотивація програмного туризму. Цілі програмного туризму з точки зору: туристичного менеджменту, туристичного маркетингу, технології обслуговування туристів, мети подорожі і типології туристів.

8. Шкала потреб клієнтів та формування психологічного портрету потенційних туристів. Основні фактори, що впливають на поведінку покупців.

2. Практичні завдання.

Завдання 1. Представити розробку програмного туру.

Рекомендована література [1-6, 12]

Практичне заняття № 5

ТЕМА: ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОДОРОЖЕЙ ТУРОПЕРАТОРОМ

Мета: засвоїти навички організації туристичних подорожей туроператором.

1. Питання для обговорення.

1. Підписання договорів з готельним, харчовим, автотранспортним підприємствами (на прикладі напрямків «Автобусна Болгарія», «Греція» у операторів: ALF TO, Alliance, Eline-tour, ITravel, TK Welt, Tour-Group, TPG, Yantour.)

2. Підписання договорів з авіакомпанією, залізницею, екскурсійною фірмою, музеєм.

3. Зарубіжні представники туроператорів: функції і організація роботи.

4. Якість обслуговування, її критерії, організація контролю.

2. Практичні завдання.

Завдання 1. Заповніть таблицю 3 туристських пріоритетів клієнтів залежно від їх віку та розпишіть.

Таблиця 3

Туристські пріоритети залежно від віку туристів:

Місце пріоритету	Молоді самотні люди	Молоді самотні люди	Молоді подружжя	Сімейні пари з дітьми	Середній вік (45-64 роки)	Третій вік (понад 64 роки)
1-е						
2-е						
3-е						
4-е						
5-е						

Рекомендована література [1-6, 7-12, 13-19]**Практичне заняття №6****ТЕМА: ОРГАНІЗАЦІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ В ТУРИСТИЧНОМУ АГЕНТСТВІ.**

Мета: засвоїти навички обслуговування клієнтів в туристичному агентстві.

1. Питання для обговорення.

1. Сутність процесу обслуговування.
2. Які фактори впливають на рівень обслуговування клієнтів?
3. Які вимоги в Україні до персоналу турфірми?
4. Які стандарти та законодавчі акти і нормативні документи в галузі туризму, повинен знати персонал?
5. Етика поведінки з відвідувачами.
6. Функції, обов'язки, відповідальність і права персоналу повинні бути викладені в посадових інструкціях і затверджені керівником туристичної організації.
7. Які рекомендації по організації роботи груп якості в туристських організаціях відповідно до міжнародної системи стандартів якості ISO9000?

2. Практичні завдання.

Завдання 1. Розробіть організаційну структуру туристичного підприємства, в якому Ви будете керівником. Аргументуйте свій вибір та надайте посадові інструкції працівників вашої фірми. Змодельуйте реальні випадки конфліктних ситуацій: «керівник-підлеглий», «керівник-клієнт», «мобінг та булінг на роботі».

Завдання 2. Молода пара, змушена була повернутися з Іспанії на три дні раніше закінчення туру. Новий авіаквиток їм був наданий безкоштовно туроператором, але гроші за три невикористаних дні не повернули. Чи можуть вони вимагати повернення коштів за ці три дні?

Завдання 3. Фірма замовила корпоративний тур та уклала договір з туристичною фірмою на оформлення турпоїздки до Норвегії. Повністю оплатила вартість авіаквитків і проживання в готелі, трансферт, отримання візи і страховку. Напередодні від'їзду фірма дізналася, що посольство відмовило їм у візі. Розглянути можливості повернення коштів від туристичної фірми на підставі укладеного договору. Розберіть ситуацію.

2. ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ ЗНАНЬ ЗА МОДУЛЕМ I

1. Основи туроперейтингу.
2. Туроперейтинг та агентський бізнес в туризмі.
3. Технологія створення туристичного продукту та формування його асортименту.
4. Правила формування програм перебування туристів.
5. Організація обслуговування клієнтів в туристичному агентстві.
6. Тури для кількох поколінь
7. Від екранів до реальності: унікальні ідеї турів, які можуть націлити нових клієнтів для вашого бізнесу.
8. Визначте цільовий ринок.
9. Дослідити свою конкуренцію, щоб знати, з чим вам протистояти. Зайдіть у Google і введіть такий простий пошук, як-от «туроператори поблизу мене».
10. Розробка назви свого туристичного підприємства.
11. Різні варіанти реєстрації - приватний підприємець, партнерство, корпорація.
12. Ліцензія на бізнес. Додаткові дозволи.
13. Загальна комерційна відповідальність (CGL). Зарубіжний досвід.
14. Страхування майна
15. Страхування дебіторської заборгованості.
16. Відкриття корпоративного банківського рахунку.
17. Створення свого унікального туру.
18. Створення історії свого бренду.
19. Створення логотипу туру.
20. Створення туристичного сайту.

МОДУЛЬ II. ПРИКЛАДНИЙ ТУРОПЕРЕЙТИНГ

Практичне заняття № 7

ТЕМА: РЕЦЕПТИВНИЙ ТУРОПЕРЕЙТИНГ.

Мета: формувати знання про рецептивний туроперейтинг.

1. Питання для обговорення.

1. Характеристика рецептивних туроператорів (інкаминг) (на прикладі ТОВ «Сакумс»).
2. Прямі угоди з постачальниками послуг.
3. Характерні риси рецептивного туроперейтингу як виду туристичної діяльності.
2. Договори рецептивного туроператора з постачальниками послуг.
3. Взаємовідносини з партнерами.
4. Форс-мажорні обставини.
5. Розвиток рецептивного туроперейтингу в Україні.

2. Практичні завдання.

Завдання 1. Укласти прямий договір туриста з рецептивним туроператором.

Завдання 2. Змодельуйте виробничу ситуацію, де Вас як керівника туристичного агентства, схиляють до укладання угоди, яка містить випадки, коли зміст відповідної угоди не діє в інтересах клієнта і туристичної фірми. Умови запропоновані (чи заборонені) законодавством.

Рекомендована література [1-6, 7-12]

Практичне заняття № 8

ТЕМА: МЕТА ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ ЗАКОРДОННОЇ КРАЇНИ

Мета: засвоїти критерії оцінювання туристичного ринку закордонної країни.

1. Питання для обговорення.

1. Аналіз єдослідження туристичного ринку країни-партнера. (Join UP та Sun International, Trendwaytravel та TuiPoland).
2. Оцінка умов та чинників функціонування національного ринку туристичних послуг країни-партнера.

3. Комплексний аналіз рівня розвитку національного ринку країни-партнера.

2. Практичні завдання.

Завдання 1. Реферат «Прогнозування й планування туристичної діяльності країни-партнера».

Завдання 2. Переглянути сторінки туристичних операторів країни-партнера в мережі Facebook, Тік-Ток, Instagram та дати їх опис з точки зору – цікавості контенту, специфіки постів, активності.

Рекомендована література [1-6, 7-12, 13-19]

Практичне заняття № 9 ТЕМА: ІНІЦІАТИВНИЙ ТУРОПЕРЕЙТИНГ.

Мета: засвоїти форми співпраці рецептивних туроператорів з продуцентами туристичних послуг.

1. Питання для обговорення.

1. Види аутгоінгових туроператорів (флайтер, нон-флайтерів).
2. Характеристика Meet-компанії.
3. Оцінка туристичного ринку країни – партнера.
4. «Жорсткий» та «М'який» підходи Ф. Котлером.

2. Практичні завдання.

Завдання 1. Створити 5 варіантів Систем «А ля карт».

Рекомендована література [1-6, 7-12, 13-19]

Практичне заняття № 10 ТЕМА: ФОРМИ СПІВПРАЦІ РЕЦЕПТИВНИХ ТУРОПЕРАТОРІВ З ПРОДУЦЕНТАМИ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ.

Мета: засвоїти форми співпраці рецептивних туроператорів з продуцентами туристичних послуг. (на прикладі діючих рецептивних операторів у Житомирі: «Тури по Україні», «Savi-travel»).

1. Питання для обговорення.

1. Для того, щоб сформувати турпродукт, туроператор повинен знати, які отримати у власність послуги та включити їх до туристичного пакету?
2. Дайте характеристику типового договору.
3. Диференціація пропозицій рецептивних туроператорів
4. Як відбувається формування взаємовідносин з продуцентами туристичних послуг?
5. Формування каталогу пропозицій рецептивного туроператора.
6. Міжнародні документи, що регулюють взаємовідносини готельних підприємств із турагентами і туроператорами (Готельна конвенція, 1970 р. Міжнародні готельні правила, 1981 р. т. д).
7. Риси рецептивного туроперейтингу як виду туристичної діяльності.

2. Практичні завдання.

Завдання 1. Зробіть презентацію на тему «Фірма – реціпієнти у Єгипті».

Завдання 2. Представте зразки укладених договорів продуцентів туристичних послуг з рецептивними туроператорами у різних країнах.

Рекомендована література [1-6, 7-12, 13-19]

Практичне заняття № 11

ТЕМА: СУТЬ І ЗНАЧЕННЯ ЯКОСТІ ТУРИСТСЬКИХ ПОСЛУГ

Мета: засвоїти навички організації туристичних подорожей туроператором.

1. Питання для обговорення.

1. Чинники, які впливають або можуть впливати на якість послуг.
2. Специфічні для сфери туризму фактори, що значною мірою впливають на створення якісної туристичної послуги.
3. Напрями щодо удосконалення системи управління якістю діяльності туристичних підприємств.
4. Методика дослідження якості обслуговування на туристичних підприємствах.

2. Практичні завдання.

Завдання 1. Побудуйте схему шести визначень якості: швидкість обслуговування, позитивний відгук клієнта, врахування максимальної кількості побажань, «теплий контакт» менеджера з клієнтом, створення комфортної атмосфери в офісі, професійність менеджера.

Завдання 2. Для забезпечення необхідного рівня якості туристу потрібна координація дій багатьох елементів системи надання послуг, яку потрібно схематично представити.

Рекомендована література [1-6, 7-12, 13-19]

Практичне заняття № 12 ТЕМА: КОНСОЛІДОВАНИЙ ТУРОПЕРЕЙТИНГ

Мета: ознайомити з консолідованим туropolерейтингом.
(мережі МАГП, «Поїхали з нами»).

1. Питання для обговорення.

1. Організація співпраці між туropolераторами.
2. Світовий ринок туropolераторів консолідаторів: стан та перспективи розвитку.
3. Міжнародний туropolерейтинг. Робота міжнародного туropolератора з організації пакетних пропозицій та індивідуальних турів.
4. Умови роботи та організації консолідаторського бізнесу.
5. Формування розгалуженої (інтегрованої) структури збуту послуг консолідатора.
6. Особливості формування технологічних етапів (стадій) туристичного обслуговування консолідаторів.

2. Практичні завдання.

Завдання 1. Сформуйте договірний план туру.

Завдання 2. Презентація «Безвідзивний та відзивний комітмент».

Рекомендована література [1-6, 7-12, 13-19]

Практичне заняття № 13 ТЕМА: ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ЕТАПІВ (СТАДІЙ) ТУРИСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ КОНСОЛІДАТОРІВ

Мета: ознайомити з особливостями формування технологічних етапів (стадій) туристичного обслуговування консолідаторів (система бронювання турів «IT-tour»).

1. Питання для обговорення.

1. Форми співпраці консолідаторів з туropolераторами та турагентами ви можете назвати?

2. Поняття «туристичне обслуговування» як процес надання послуг туризму.
3. П'ять етапів туристичного обслуговування.

2. Практичні завдання.

Завдання 1. Побудувати модель туристичного обслуговування.

Завдання 2. Змодельуйте ситуацію «Офіс фірми» претензійна робота з клієнтами.

Рекомендована література [1-6, 7-12, 13-19]

Практичне заняття № 14

ТЕМА: ПРОЦЕС БРОНЮВАННЯ ПОСЛУГ ТРАНСПОРТНИХ, ЕКСКУРСІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Мета: засвоїти навички бронювання послуг транспортних, екскурсійних підприємств (E-Line Tour, SkyUp).

1. Питання для обговорення.

1. Порядок та послідовність оформлення документів індивідуальних туристів.
2. Правила взаємодії туристичної фірми та готельного підприємства.
3. Основні види автоматизованих систем бронювання та резервування в туризмі. Бронювання пакетних турів в режимі on-line.
4. Порядок бронювання через Інтернет. Своєчасна та несвоєчасна ануляція туристичних послуг.

2. Практичні завдання.

Завдання 1. Змодельуйте ситуацію бронювання в туристичній фірмі (система бронювання турів «IT-tour»).

3.ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ ЗНАНЬ ЗА МОДУЛЕМ II

1.	Рецептивний туроперейтинг.
2.	Форми співпраці рецептивних туроператорів з продуцентами туристичних послуг.
3.	Ініціативний туроперейтинг.
4.	Мета та критерії оцінювання туристичного ринку закордонної країни.
5.	Організація туристичних подорожей туроператором.
6.	Суть і значення якості туристських послуг.
7.	Консолідований туроперейтинг.
8.	Особливості формування технологічних етапів (стадій) туристичного обслуговування консолідаторів
9.	Процес бронювання послуг транспортних, екскурсійних підприємств.
10.	Якість туристичних послуг: особливості формування та управління.
11.	Послуги фізичної інфраструктури (зручність та естетичність середовища).
12.	Навчання та контроль за співробітниками : надання співробітникам необхідного навчання та інструментів для надання якісного обслуговування клієнтів.
13.	Кліматичні дії для подорожей і туризму
14.	Надійність послуг.
15.	Чутливість постачальників послуг, готовність надавати послуги.
16.	Професіоналізм постачальників послуг.
17.	Безпека клієнта.
18.	Довіра провайдеру.

19. Інвестиції в технології: автоматизація процесів, таких як бронювання та обслуговування клієнтів, чи допомагає зменшити кількість помилок і підвищити ефективність.

20. Створення циклів зворотного зв'язку з клієнтами. Збір відгуків клієнтів є важливим для розуміння задоволеності клієнтів і того, де можуть бути можливості для вдосконалення.

ПИТАННЯ ДО ЕКЗАМЕНУ З ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ «ТУРОПЕРЕЙТИГ»

1. Етапи розвитку туropolерейтингу.
2. Поняття «туropolерейтинг» та види діяльності туropolератора.
3. Класифікація та види туropolераторів.
4. Організація турів для внутрішнього туризму.
5. Ініціативні туropolератори.
6. Рецептивні туropolератори.
1. Дайте характеристику програми туристичної подорожі.
2. Охарактеризуйте види програм перебування туристів.
3. Як за метою поділяються програми турів?
4. Визначте особливості складання програми туру.
5. Назвіть основні правила розробки програм перебування туристів.
6. Які фактори впливають на структуру туру та формування програмного забезпечення?
7. В чому полягають пріоритети у виборі туристичних послуг для різних соціальних груп населення?
8. Функції туropolераторів та турагентів.
9. Структура туристичного ринку.
10. Схеми реалізації та просування туристичного продукту.
11. Методи збуту туристичного продукту.
12. Вимоги щодо ліцензування туropolераторської діяльності.
13. Види та форми агентської роботи.
14. Класифікація турагентів.
15. Види агентів. Агентські мережі.
16. Власні бюро продажів туropolератора та їх головні функції.
17. В чому полягає сутність туropolераторської діяльності та основні її завдання?
18. Назвіть функції туropolератора.
19. В чому полягають особливості туropolераторської функції планування майбутнього туру?
20. Від чого залежить ефективність просування туристичного продукту?
21. Яке значення інформації в діяльності туropolератора?
22. Чим визначається профіль туropolераторської діяльності?
23. Назвіть особливості геопросторової організації світового туристичного ринку та визначте місце туropolераторів на ньому.
24. Визначте основні типи туropolераторів, які виділяються у світовій практиці?
25. Дайте порівняльну характеристику ініціативним та рецептивним туropolераторам.
26. Розроблення туру та калькулювання його вартості.
27. Бонусні програми туropolераторів.

29. Правила розроблення програм перебування туристів.
30. Технологічні документи програм перебування туристів і правила їх оформлення.
31. Фактори, які впливають на структуру туру та комплектацію програм перебування туристів.
32. Особливості складання програм перебування для різних типів туристів. 74. Порядок і етапи розробки турпродукта.
33. Які документи потрібно надати для отримання ліцензії на здійснення діяльності в сфері туризму?
34. Як класифікують туроператорів залежно від форм співпраці?
35. Які завдання в'їзного туроператора?
36. Які функції виконує місцевий туроператор?
37. Що таке профіль туроператорської діяльності?
38. Як поділяються туроператори залежно від профілю роботи?
39. Що таке банківська гарантія, який її розмір?
40. Охарактеризуйте типи організаційних структур туристичного оператора.
41. Назвіть основні етапи просування туру на ринок.
42. Що таке канал розподілу турпродукту? Охарактеризуйте їх.
43. Порівняйте функції туроператора і турагента на туристичному ринку. Які типи договорів укладаються між туроператором і турагентом?
44. Охарактеризуйте основні розділи договору між туроператором і турагентом.
45. З якою метою туроператор формує розгалужену агентську мережу?
46. Охарактеризуйте особливості співпраці туроператора з туристичними агенціями та турагентами.
47. Поясніть схему виробничо-обслуговуючої діяльності туристичних підприємств.
48. В чому полягає специфіка управління збутом у туризмі?
49. Який з методів збуту є найбільш ефективним і чому?
50. Наведіть приклади простих і складних систем збуту
51. В чому полягає процес взаємодії між туроператором і турагентом?
52. Які основні функції виконують турпосередники?
53. Дайте характеристику каналу розподілу туристичного продукту.
54. Поясніть різницю між агентською угодою, ексклюзивною агентською угодою і ліцензійною угодою.
55. Проаналізуйте основні засоби просування турпродукту на ринку.
56. Охарактеризуйте сутність технологічних циклів обслуговування туристів у готельних закладах.
57. Розкрийте значення служби бронювання у процесі обслуговування клієнтів готелю.
58. Дайте характеристику закладам харчування у готельних комплексах. 51. Охарактеризуйте головні функції ресторану як закладу харчування.
59. Дайте характеристику формам обслуговування у ресторанних підприємствах
60. Дайте порівняльну характеристику діяльності турагентів за умови укладання договору франчайзингу та договору про партнерство.
61. Опишіть схеми співпраці туроператора з постачальниками послуг.
62. Охарактеризуйте процес встановлення ціни туроператором.
63. Які стратегії цінової поведінки туроператора використовуються на туристичному ринку.
64. Які види цін використовуються в туристичному бізнесі. Охарактеризуйте їх та визначте відмінності.
65. Охарактеризуйте організаційно-технічні заходи з розробки турпродукту.
66. Якими комунікаційними навичками для спілкування з клієнтами повинен оволодіти менеджер з продажів туристичної фірми?
67. Визначте особливості професійної етики менеджера з продажів.

68. Дайте визначення рецептивному туropolерейтингу.
69. Охарактеризуйте основні функції рецептивного туropolератора.
70. Визначте особливості діяльності рецептивного туropolератора.
71. Опишіть схему роботи рецептивного туropolератора.
72. Що таке електронний бізнес та електронна комерція?
73. Які переваги використання електронних засобів і каналів зв'язку для продажу послуг.
74. Охарактеризуйте основні електронні системи бронювання туристичних послуг в діяльності туropolераторів.
75. Які переваги та недоліки комп'ютерної системи бронювання Amadeus?
76. Назвіть причини нарахування додаткових бонусів турагентам туropolератором.
77. Дайте визначення поняття «консолідований туropolерейтинг».
78. Розкрийте особливості роботи світового ринку туropolераторів консолідаторів.
79. Охарактеризуйте умови роботи та організації консолідаторського бізнесу
80. Визначте особливості формування розгалуженої інтегрованої структури збуту послуг консолідатора.
81. Визначте особливості формування технологічних етапів (стадій) туристичного обслуговування консолідаторів.
82. Розкрийте сутність комітменту.
83. В чому полягають відмінності між безвідзивним та відзивним комітментом?
84. Які форми співпраці консолідаторів з туropolераторами та турагентами Ви знаєте?
85. Визначте особливості оформлення міжнародних договорів між туropolераторами та транспортним підприємством
86. Визначте особливості оформлення міжнародних договорів між туropolераторами та закладами готельного господарства
87. Якою є типова форма угоди про співробітництво в туризмі?
88. Як формується каталог пропозицій інклюзив турів?
89. Як формується каталог пропозицій пекідж-турів?
90. Як формується каталог пропозицій турів-каскадів?
91. Як формується каталог пропозицій ініціативного туropolератора?
92. Як відбувається розподіл робіт між службами та підрозділами туropolератора в процесі обслуговування та надання туристичних послуг?
93. Що таке брендування, просування та організація збуту продукту ініціативного туropolератора.
94. Як здійснюється просування та організація збуту продукту ініціативного туropolератора?
95. Охарактеризуйте процес бронювання послуг транспортних, екскурсійних підприємств, замовлення послуг підприємств ресторанного господарства.
96. Назвіть правилами оформлення замовлень на комплексне туристичне обслуговування
97. Які основні види автоматизованих систем бронювання та резервування використовуються в туризмі?
98. Визначте послідовність процесу бронювання через Internet.
99. Які форми оплати туру використовуються в туризмі?
100. Якими є обов'язками представника туристичної компанії за кордоном та його повноваження?
101. Визначте порядок оформлення повернення коштів за невикористане обслуговування.
102. Проаналізуйте світовий ринок туropolераторів консолідаторів: його стан та перспективи розвитку.
103. Що таке міжнародний туropolерейтинг?
104. Сформулюйте умови роботи та організації консолідаторського бізнесу.
105. Як формується розгалужена (інтегрована) структура збуту послуг консолідатора?

106. В чому полягають особливості формування технологічних етапів (стадій) туристичного обслуговування консолідаторів?
107. Як формується договірний план туру?
108. Що таке безвідзивний та відзивний комітент?
109. Як здійснюється бронювання та блокування місць в готелях і на транспорті?
110. Сформулюйте умови отримання блоків місць в підприємствах тур індустрії?
111. Як здійснюється договірне забезпечення співпраці консолідаторів з туроператорами та турагентами?
112. Які форми співпраці консолідаторів з туроператорами та турагентами ви можете назвати?
113. Схеми роботи ту оператора по реалізації та організації турів.
114. Програма туристичного обслуговування.
115. Основні етапи розробки туристичного продукту.
116. Види програм обслуговування: рекреаційна, курортна, пізнавальна; спортивна, освітня; ділова і ін.
117. Розроблення туру та калькулювання його вартості.
118. Принципи створення та умови виконання програм перебування туристів.
119. Умови і принципи розробки туру.
120. Правила розроблення програм перебування туристів.
121. Процес бронювання послуг.
122. Порядок бронювання в режимі онлайн.
123. Особливості доступу, пошуку, підбору та реалізації пакетних турів на основі агентського договору.
124. Суть і значення якості туристських послуг.
125. Споживчі властивості і споживчі параметри туристських послуг. Критерії оцінки та оцінювання якості послуг.
126. Формування банку даних постійних клієнтів туристичної фірми.
127. Професійна етика та культура обслуговування клієнтів.
128. Професійні стандарти працівників туристичної фірми.
129. Нівелювання комунікативних бар'єрів у спілкуванні з клієнтами.
130. Організація обслуговування клієнтів в туристичному агентстві 11. Організація співпраці між туроператорами.
131. Робота міжнародного туроператора з організації пакетних пропозицій та індивідуальних турів.
132. Особливості оформлення міжнародних договорів (контрактів) між туроператорами та представниками-рецепціоністами (транспортним підприємством, закладами готельного господарства та ін.). Типова форму (зміст) договору (угоди) про співробітництво.
133. Особливості договору чартеру (фрахту). М'який та твердий блок. Права та обов'язки сторін, обмеження та права туроператора.
134. Процес бронювання послуг транспортних, екскурсійних підприємств. Наземне обслуговування.
135. Процедура бронювання пакетних турів.
136. Правила оформлення замовлень на комплексне туристичне обслуговування.
137. Процеси замовлення послуг підприємств ресторанного господарства та узгодження меню.
138. Основні види автоматизованих систем бронювання та резервування в туризмі.
139. Порядок бронювання через Інтернет. Підтвердження факту купівлі-продажу та форми оплати замовлених послуг.
140. Порядок бронювання в режимі онлайн. Особливості доступу, пошуку, підбору та реалізації пакетних турів на основі агентського договору.

141. Своєчасна та несвоєчасна ануляція туристичних послуг. Правила деад-ііпе.
142. Компенсація та штрафні санкції в разі несвоєчасної ануляції.
143. Види та форми розрахунків за туробслуговування. Взаємозалік та бартерні відносини в туризмі.
144. Обов'язки представника туристичної компанії за кордоном та його повноваження.
145. Суть і значення якості туристських послуг.
146. Споживчі властивості і споживчі параметри туристських послуг.
147. Критерії оцінки та оцінювання якості послуг.
148. Якісна характеристика пакетного туру та параметри оцінювання відповідності замовлених і наданих турпослуг.
149. Експертна оцінка оптимального обслуговування туристів під час подорожі.
150. Причини виникнення конфліктів між туристом і туристичною фірмою.

ТЕСТОВИЙ МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ «ТУРОПЕРЕЙТИГ».

(за покликанням

https://project.zu.edu.ua/LevelQuestions.php?level_id=2026)

1) Дайте визначення «туроперейтинг»?

- а) Продаж авіаквитків
- б) Організація та продаж туристичних пакетів
- в) Бронювання готелів
- г) Проведення екскурсій

2) Який тип туроператора спеціалізується на організації подорожей за кордон?

- а) Внутрішній туроператор
- б) Міжнародний туроператор
- в) Туроператор вихідного дня
- г) Спеціалізований туроператор

3. Що включає в себе туристичний пакет?

- а) Тільки проживання в готелі
- б) Тільки транспортні послуги
- в) Комплекс туристичних послуг, включаючи транспорт, проживання, харчування, екскурсії тощо
- г) Тільки екскурсійне обслуговування

4) Який документ підтверджує бронювання туристичних послуг?

- а) Паспорт
- б) Віза
- в) Ваучер
- г) Медична страховка

5) Що таке чартерний рейс?

- а) Регулярний авіарейс
- б) Спеціальний авіарейс, організований туроператором для перевезення туристів
- в) Авіарейс для перевезення вантажів
- г) Авіарейс для VIP-персон

6) Який вид туризму передбачає активне відпочинок на природі?

- а) Пляжний туризм
- б) Екскурсійний туризм
- в) Активний туризм

г) Лікувально-оздоровчий туризм

7) Що таке «ВВ» в туризмі?

а) Тільки проживання та сніданок

б) Проживання, сніданок та вечеря

в) Проживання, триразове харчування та напої протягом дня

г) Тільки проживання

8) Який документ необхідний для подорожі за кордон?

а) Водійське посвідчення

б) Паспорт

в) Студентський квиток

г) Пенсійне посвідчення

9) Що таке «РО» в туризмі?

а) Тільки проживання та сніданок

б) Проживання, сніданок та вечеря

в) Проживання, триразове харчування та напої протягом дня

г) Тільки проживання

10) Що таке туристична страховка?

а) Гарантія повернення грошей за тур

б) Страхування від нещасних випадків та медичних витрат під час подорожі

в) Страхування від втрати багажу

г) Страхування від затримки рейсу

11) Хто такий гід-перекладач?

а) Водій автобуса

б) Працівник готелю

в) Людина, яка проводить екскурсії та перекладає інформацію для туристів

г) Менеджер з продажу турів

12) Що таке «гарячий тур»?

а) Тур з високою температурою повітря

б) Тур з низькою ціною, який потрібно придбати в найкоротший термін

в) Тур з великою кількістю екскурсій

г) Тур з проживанням в готелях високого класу

13) Який документ видається туристу після оплати туру?

а) Паспорт

б) Віза

в) Туристичний ваучер

г) Медична страховка

14) Що таке «раннє бронювання»?

а) Бронювання туру в останній момент

б) Бронювання туру заздалегідь, за кілька місяців до поїздки

в) Бронювання туру на короткий термін

г) Бронювання туру без оплати

15) Що таке «туристичний збір»?

а) Оплата за проживання в готелі

б) Обов'язковий платіж, який стягується з туристів у деяких країнах

в) Оплата за екскурсії

г) Оплата за харчування

16) Що таке «таймшер»?

а) Оренда автомобіля на короткий термін

б) Право користування туристичним житлом протягом певного періоду часу щороку

в) Екскурсія на кораблі

г) Страхування від затримки рейсу

17) Що таке «сафарі»?

- а) Екскурсія по місту
- б) Подорож для спостереження за дикими тваринами в їх природному середовищі
- в) Похід в гори
- г) Відвідування музею

18) Що таке «транзит»?

- а) Пересадка з одного літака на інший
- б) Переїзд з одного готелю в інший.
- в) Екскурсія по місту.
- г) Екскурсія трансфером.

19) Що таке «ваучер»?

- а) Документ, що підтверджує бронювання готелю або іншої туристичної послуги
- б) Документ, що підтверджує купівлю квитка.
- в) Документ, що підтверджує страхування.
- г) Документ, що підтверджує особу.

20) Що таке «франшиза» в туризмі?

- а) Знижка на туристичні послуги.
- б) Право на використання бренду та технологій туроператора **Р**
- в) Страховий поліс.
- г) Туристичний збір

21) Що таке «туристичний оператор»?

- а) Компанія, що продає туристичні послуги безпосередньо туристам.
- б) Компанія, що організовує та продає туристичні пакети
- в) Компанія, що надає транспортні послуги.
- г) Компанія, що надає послуги страхування

22) Що таке «авіаційний альянс»?

- а) Об'єднання авіакомпаній для спільного використання ресурсів та розширення мережі маршрутів
- б) Об'єднання туроператорів для спільного продажу турів
- в) Об'єднання готелів для спільного маркетингу
- г) Об'єднання страхових компаній для надання послуг туристам

23) Що таке «лоукост»?

- а) Авіакомпанія з високими цінами на квитки
- б) Авіакомпанія з низькими цінами на квитки
- в) Авіакомпанія, що надає послуги бізнес-класу
- г) Авіакомпанія, що надає послуги першого класу

24) Що таке «пакетний тур»?

- а) Тур, що включає тільки проживання
- б) Тур, що включає тільки транспорт
- в) Тур, що включає комплекс туристичних послуг
- г) Тур, що включає тільки екскурсії

25) Що таке «туристичний агент»?

- а) Компанія, що організовує тури
- б) Компанія, що продає тури від імені туроператора
- в) Компанія, що надає транспортні послуги
- г) Компанія, що надає послуги страхування

26) Що таке «фрішоп»?

- а) Магазин з високими цінами
- б) Магазин безмитної торгівлі в аеропортах та на кордонах
- в) Магазин сувенірів
- г) Магазин продуктів

27) Що таке «чартерний рейс»?

- а) Регулярний авіарейс
- б) Спеціальний авіарейс, організований туроператором для перевезення туристів
- в) Авіарейс для перевезення вантажів
- г) Авіарейс для VIP-персон

28) Що таке «гаряча лінія»?

- а) Лінія для продажу турів
- б) Лінія для надання консультацій туристам у разі виникнення проблем
- в) Лінія для бронювання готелів
- г) Лінія для бронювання авіаквитків

29) Що таке «депозит»?

- а) Оплата за екскурсію
- б) Частина вартості туру, що сплачується заздалегідь для гарантії бронювання
- в) Оплата за харчування
- г) Оплата за транспорт

30) Що таке «інсентив-тур»?

- а) Тур для відпочинку
- б) Тур для винагороди співробітників або партнерів компанії
- в) Тур для екскурсій
- г) Тур для шопінгу

31) Що таке «консьєрж-сервіс»?

- а) Послуга з прибирання номерів
- б) Послуга з організації дозвілля та вирішення побутових питань для туристів
- в) Послуга з харчування
- г) Послуга з транспортування

32) Що таке «міжнародний туристичний обмін»?

- а) Обмін валюти
- б) Обмін туристичними групами між країнами
- в) Обмін готелями
- г) Обмін авіаквитками

33) Що таке «овербукінг»?

- а) Бронювання номера в готелі
- б) Продаж більшої кількості місць, ніж є в наявності
- в) Бронювання авіаквитка
- г) Бронювання екскурсії

34) Що таке «рекламація»?

- а) Реклама туру
- б) Претензія туриста до туроператора або турагента щодо якості послуг
- в) Оплата за тур
- г) Бронювання туру

35) Що таке «трансфер-гід»?

- а) Водій автобуса
- б) Людина, яка зустрічає туристів в аеропорту та супроводжує до готелю
- в) Працівник готелю
- г) Менеджер з продажу турів

36) Що таке «UAI»?

- а) Тільки проживання та сніданок
- б) Проживання, триразове харчування та напої протягом дня
- в) Проживання, необмежене харчування та напої преміум-класу протягом дня
- г) Тільки проживання та екскурсії

37) Що таке «франчайзинг»?

- а) Знижка на туристичні послуги
- б) Право на використання бренду та технологій туроператора
- в) Страховий поліс
- г) Туристичний збір

38) Що таке «декларація туриста»?

- а) Заява про бронювання туру
- б) Документ, що містить інформацію про речі, які турист везе з собою через кордон
- в) Заява про страховий випадок
- г) Заява про зміну туру

39) Що таке «категорія готелю»?

- а) Тип харчування в готелі
- б) Рівень комфорту та послуг, що надаються готелем
- в) Тип номеру в готелі
- г) Тип екскурсій, що пропонуються готелем

40) Що таке «міжнародний туристичний ваучер»?

- а) Документ, що підтверджує бронювання авіаквитка
- б) Документ, що підтверджує бронювання готелю або іншої туристичної послуги за кордоном
- в) Документ, що підтверджує страхування
- г) Документ, що підтверджує особу

41) Туристичний ринок – це:

- а) це сфера задоволення потреб населення у послугах, пов'язаних з відпочинком, змістовним проведенням дозвілля чи оздоровленням
- б) сукупність організаційно-економічних відносин з приводу організації та купівлі-продажу туристичних послуг
- в) ринок, на якому представлені товари та послуги, необхідні туристам під час Подорожі
- г) всі відповіді вірні

42) Суть гарантійної функції туроператора:

- а) формування турпакету з окремих послуг
- б) обслуговування туристів під час продажу пакетів турів і на маршрутах
- в) зобов'язання надання туристам оплачених ними послуг в обумовленій кількості і на обумовленому рівні
- г) модифікація існуючих турпродуктів та розробка інноваційних

43) Діяльність туроператора не передбачає:

- а) формування турпродукту під потреби ЦА
- б) визначення постачальників послуг (харчування, розміщення, транспортних, екскурсійних, анімаційних та ін.), взаємодія з ними, підписання угод
- в) надання послуг розміщення, харчування та організації дозвілля
- г) контроль за якістю, надійністю та безпекою туристичного обслуговування

44) Відмінність туроператора від турагента:

- а) це юридична, а не фізична особа
- б) повинен оформити ліцензію на свою діяльність
- в) встановлює ринкову вартість турпродукту
- г) всі відповіді вірні

46) Нон-флайтери – це:

- а) ініціативний туристичний оператор, який для здійснення своєї виробничої діяльності фрахтує (винаймає) літаки
- б) туроператор, який за договором чартеру (оренди) зобов'язаний повністю сплатити за авіапереліт, має право продавати авіаквитки як у складі турпакету, так і окремою послугою (туристу або іншому туроператору)

в) туристичні оператори, які за договором чартеру придбали лише частину місць (блок крісел)

г) відправляючі туроператори, форма роботи яких не передбачає фрахт повітряних суден за жодних умов

47) Приватні туристичні оператори з іноземними інвестиціями – це:

а) туристичні підприємства, що діють на основі приватної власності суб'єкта господарювання – юридичної особи

б) туристичні підприємства, створені юридичними особами шляхом об'єднання їх майна та участі товариства у підприємницькій діяльності з метою одержання прибутку

в) господарська організація, утворена у складі двох або більше підприємств з метою координації їх виробничої та іншої діяльності для вирішення спільних економічних та соціальних завдань

г) підприємство, в статутному капіталі якого не менше 10 % становить іноземна інвестиція

48) Нову туроператорську фірму краще реєструвати як

а) ТОВ

б) ПП

в) ФОП

г) ТОВ чи ПП – залежить від бажання власника

49) Хто видає ліцензію на туроператорську діяльність?

а) Управління туризму в обласній адміністрації

б) Державне агентство розвитку туризму

в) органи міського самоврядування

г) Національна туристична організація України

50) Яке із названих законодавчих положень засвідчує статус юридичної особи в Україні:

а) Господарський кодекс України

б) Конституція України

в) Цивільний кодекс України

г) Кримінальний кодекс України

4. ОЦІНЮВАННЯ

Шкала оцінювання знань здобувачів вищої освіти

Оцінка за університетською шкалою		Оцінка в балах	Оцінка за шкалою ECTS	
Екзамен	Залік		Оцінка	Пояснення
Відмінно	Зараховано	90-100	A	відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок
Добре		82-89	B	вище середнього рівня з кількома помилками
		74-81	C	в цілому правильне виконання з певною кількістю суттєвих помилок
		64-73	D	непогано, але зі значною кількістю недоліків
Задовільно		60-63	E	виконання задовольняє мінімальним критеріям
Незадовільно	Незараховано	35-59	FX	з можливістю повторного складання
		1-34	F	з обов'язковим повторним курсом

Підсумкова оцінка з вивчених модулів навчальної дисципліни (ПОМ) розраховується:

№ модулю	$M_{\%n}$ (відсоткове значення модулю освітньої компоненти)
Модуль 1	$M_{\%1} = 50\%$
Модуль 2	$M_{\%2} = 50\%$
Сума	100

Оскільки формою підсумкового контролю освітньої компоненти є екзамен, то здобувачі вищої освіти в яких підсумкова оцінка з вивчених модулів (ПОМ) за семестр становить 60 і більше балів, мають право не складати екзамен. У такому разі підсумкова оцінка з вивчених модулів (ПОМ) = Екзаменаційній оцінці (ЕО) = Підсумковій оцінці (ПО).

$$\text{ПОМ}=\text{ЕО}=\text{ПО}$$

У випадку складання екзамену підсумкова оцінка (ПО) визначається як середнє арифметичне балів підсумкової оцінки з вивчених модулів (ПОМ) та екзаменаційної оцінки (ЕО).

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

№ заняття:	Вид роботи:					Сумарна кількість балів
1-14	Кількість балів за кожен вид роботи	ТП	ПР	СР	ОЗ	
		50	30	10	10	100

ТП – відповідь на теоретичні питання; ПР – практична робота; СР – самостійна робота; ОЗ – оформлення заняття.

5. Список рекомендованої літератури

Основна:

1. Економічний аналіз туристичних підприємств: підручник / В. В. Тарасова, О. В. Скидан, І. К. Нестерчук, І. М. Ковалевська. Житомир: ЖНАЕУ, 2019. 371 с.
2. Організація туризму : навч. посіб. / МОН України, Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини ; уклад. О. М. Перепелюк. Умань : Сочінський М.М., 2022. 128 с.
3. Туроперейтинг : у питаннях та відповідях: навч. посіб. / Г. П. Щука. Берегове: ЗУІ. 2023. 99 с.
4. Стандартизація, сертифікація та ліцензування в туристичній діяльності: підручник / В. В. Тарасова, І. К. Нестерчук, І. М. Ковалевська, І. В. Мартинчук. Житомир: ЖНАЕУ, 2018. 372 с.
5. McKercher B., Prida V. Theories, concepts and models of tourism. 2020. 256. p.
6. The Business of Travel Agency and Tour Operations. Murphy & Moore Publishing 2022. 243 s.

Додаткова:

7. Курортологія : підручник / В. В. Тарасова, О. В. Скидан, І. К. Нестерчук, І. М. Ковалевська. Житомир : О. О. Євенок, 2019. 252 с.
8. Рекреаційні комплекси світу : навч. посібник / І. К. Нестерчук, А. С. Осіпчук, Т. М. Чернишова та ін. Житомир : ЖНАЕУ, 2019. 150 с. Нестерчук І. К., Шевчук Б. Л. Культурний, етнічний та гастрономічний туризм : навч. посібник. Житомир : ЖНАЕУ, 2019. 150 с.
9. Рекреаційні ресурси України : навч. посібник / Т. М. Чернишова, І. К. Нестерчук, Б. Л. Шевчук та ін. Житомир : ЖНАЕУ, 2019. 130 с.
10. Технологія ресторанної справи : навч. посібник / І. К. Нестерчук, А. С. Осіпчук, Т. М. Чернишова та ін. Житомир : ЖНАЕУ, 2019. 170 с.
11. Технологія готельної справи : навч. посібник / І. К. Нестерчук, С. В. Тищенко, Т. М. Чернишова та ін. Житомир : ЖНАЕУ, 2019. 224 с.
12. Cabera Meltem. Conflict management styles of professional tour guides: A cluster analysis / Meltem Cabera, Caner Üna // Tourism Management Perspectives. – 2019. – Vol. 30. – P. 89–97.

Інтернет-ресурси:

13. Бібліотека Житомирського державного університету імені Івана Франка. – URL: http://irbis.zu.edu.ua/cgi-bin/irbis64r_11/cgiirbis_64.exe (дата звернення 23.05.2024)
14. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського. URL: <http://nbuv.gov.ua> (дата звернення 23.05.2024)
15. Офіційний сайт Державного комітету статистики України Державної служби туризму і курортів. URL: www.ukrstat.gov.ua. (дата звернення 23.05.2024)
16. Оформлення віз для в'їзду в Україну і транзитного проїзду через її територію. URL: <http://mfa.gov.ua/ua/consular-affairs/con/visa>. (дата звернення 23.05.2024)
17. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. URL: www.unwto.org (дата звернення 23.05.2024)
18. Офіційний сайт Всесвітнього Економічного Форуму. URL: <http://www.weforum.org> (дата звернення 23.05.2024)
19. Туристична бібліотека «Все про туризм». URL: <http://tourlib.net/transport.htm> (дата звернення 23.05.2024)