

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ВІДОКРЕМЛЕНИЙ ПІДРОЗДІЛ
«МИКОЛАЇВСЬКА ФІЛІЯ КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ»**

Факультет менеджменту і бізнесу

Кафедра готельно-ресторанного та туристичного бізнесу

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИКОНАННЯ ПРАКТИЧНИХ
ЗАВДАНЬ**

**для студентів 4 курсу спеціальності «Туризм»
з дисципліни «Туроперейтинг»**

Миколаїв, 2021

Укладач: Бондарчук-Чугіна І.Ю., кандидат історичних наук, доцент кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу ВП «МФ КНУКіМ»

Подано завдання практичних занять, завдання для самостійної роботи студентів, перелік літературних джерел.

Схвалено рішенням кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу ВП «Миколаївської філії Київського національного університету культури і мистецтв»

Протокол № 1 від «30» серпня 2021р.

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Тема: Інноваційний туристичний продукт як основа ринкових відносин індустрії туризму

Заняття 1

План

Письмово дати характеристику туристичних ресурсів рецептивного туropolерейтингу в Україні. Відповідь обґрунтуйте.

Література: 1, 4, 8, 9, 11, 12, 14, 15, 16, 21, 22.

Проаналізуйте та дайте характеристику кваліфікаційних вимог до спеціалістів різних рівнів, зайнятих туropolераторською та турагентською діяльністю. Відповідь обґрунтуйте.

Література: 1, 4, 8, 9, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 18, 21, 22.

Тема: Стадійність та механізм організації процесу формування національного туристичного продукту

Заняття 2

План

Скласти порівняльну характеристику переваг та недоліків монопрофільних та багатопрофільних туropolераторів.

Література: 1, 4, 8, 9, 11, 12, 14, 15, 16, 21, 22.

Письмово охарактеризуйте основні практичні інструменти проведення PR-компаній у туризмі.

Література: 1, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 11, 13, 14, 15, 16, 18, 19, 21, 22.

Тема: Основні етапи просування, збуту туристичної продукції

Заняття 3

План

Складіть зразок договору між туropolератором та постачальником туристичних послуг (за вибором студента). Відповідь обґрунтуйте.

Література: 1, 2, 4, 8, 9, 11, 13, 14, 15, 16, 18, 21, 22.

Яку інформацію повинен містити каталог туropolератора? Відповідь обґрунтуйте.

Література: 1, 4, 8, 9, 11, 13, 14, 15, 16, 18, 21, 22.

Письмово дайте характеристику можливостей глобальних систем бронювання Amadeus та Galileo.

Література: 1, 2, 4, 8, 9, 11, 13, 14, 15, 16, 18, 21, 22.

Тема: Ідеальна та егоїстична моделі розвитку виїзного туризму в Україні.

Заняття 4

План

Письмово дати розгорнуту характеристику схем співпраці туropolератора з підприємствами готельної індустрії, що не базуються на переході ризику від підприємств готельної індустрії до туropolератора.

Література: 1, 4, 8, 9, 11, 13, 14, 15, 16, 18, 21, 22.

Письмово охарактеризуйте розподіл маркетингових функцій між туристичними інститутами різних рівнів.

Література: 1, 3, 4, 6, 8, 9, 11, 14, 15, 16, 18, 21, 22.

Письмово визначити, які обов'язки туристичного оператора та meet-компанії зазвичай документуються за допомогою оформлення договору про взаємну сторін.

Література: 1, 6, 8, 9, 11, 14, 15, 16, 21, 22.

Тема: Форми організації збуту туристичного продукту.

Заняття 5

План

Скласти цільову програму обслуговування туристів для екологічної подорожі Україною.

Література: 1, 8, 9, 11, 14, 15, 16, 21, 22.

Запропонувати свої варіанти прикладів позиціонування на рівні турпродуктів і туристичних фірм за різними принципами.

Література: 1, 4, 5, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 21, 22.

Письмово визначте переваги та недоліки основних способів планування діяльності туристичного підприємства. Відповідь обґрунтуйте.

Література: 1, 4, 5, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 21.

Тема: Горизонтальний поділ праці за спеціалізованими лініями

Заняття 6

План

Письмово охарактеризуйте особливості ліцензування туристичної діяльності на Україні.

Література: 1, 4, 5, 8, 9, 11, 12, 14, 15, 16, 20, 21.

Письмово дати характеристику туристичних ресурсів рецептивного туropolерейтингу на Україні.

Відповідь обґрунтуйте.

Література: 1, 4, 8, 9, 11, 12, 14, 15, 16, 21, 22.

Скласти порівняльну характеристику переваг та недоліків монопрофільних та багатопрофільних туropolераторів.

Література: 1, 4, 8, 9, 11, 12, 14, 15, 16, 21, 22.

4. ТЕМИ І ЗАВДАННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Тема: Туристичний продукт як сучасний ринковий продукт індустрії туризму.

Заняття 1

Мета: виявлення особливостей створення туристичного продукту під час планування діяльності та стратегії розвитку туристичного підприємства.

План

Теоретичні питання

1. Визначення поняття «туropolерейтингу».
2. Назвіть основні функції туropolератора й турагента.

3. Види туроператорів, приклади.
4. Перерахуйте основні види діяльності турфірми.
5. Профіль роботи туристичного оператора.

Практичні завдання

Розробити бізнес-план розвитку діяльності вашої турфірми, включивши до нього наступні питання:

- 1) Резюме (інформація про цілі й перспективи розвитку, можливості турфірми тощо.).
- 2) Загальні відомості про підприємство (історія створення, організаційна структура, головні досягнення тощо).
- 3) Маркетинг (обґрунтування вибору ринкового сегменту).
- 4) Правове забезпечення діяльності туристичної фірми.
- 5) Потенційні ризики та проблеми.

Висновки

Література: 1, 4, 8, 9, 11, 12, 14, 15, 16, 21, 22.

Тема: Розробка пакету туристичних послуг.

Заняття 2

Мета: ознайомлення з технологією створення пакету туристичних послуг

План

Теоретичні питання

1. Сутність та види інформаційних технологій у туризмі. Автоматизація туроперейтинга.
2. Програмне забезпечення туроперейтинга.
3. Застосування Інтернет-технологій в сучасному туроперейтингу.
4. Політика цін на туристичні послуги.
5. Ціноутворення тур-продукту.
6. Стратегії ціноутворення на туристичних підприємствах.
7. Методи ціноутворення, формування асортименту туроператора.

Практичні завдання

Розробити маршрути турів для:

1. закордонної подорожі для вітчизняних туристів;
2. туру в межах України для вітчизняних туристів;
3. туру в межах України для іноземних туристів за наступним планом:
 - а) Вибір форми туру (маршрутно-транспортний, маршрутно-стаціонарний) та схеми маршруту (лінійний, радіальний, кільцевий, комбінований).
 - б) Визначення основних та додаткових пунктів маршруту та засобів його додання (організація трансферного транспорту).
 - в) Оптимізація маршруту туру з врахуванням об'єктивних (специфіка території) та суб'єктивних (фізіологічні особливості туристів) обмежень.
 - г) Вибір остаточного варіанту схеми маршруту.

Висновки

Література: : 1, 4, 8, 9, 11, 13, 14, 15, 16, 18, 21, 22.

Тема: Становлення та регулювання діяльності туристичної фірми

Заняття 3

Мета: ознайомлення з організацією діяльності туристичних підприємств та їх значенням на туристичному ринку.

План

Теоретичні питання

1. Сутність ініціативного туropolерейтингу.
2. Економічна ефективність ініціативного туropolерейтингу.
3. Особливості рецептивного туropolерейтингу.
4. Характерні риси внутрішнього туropolерейтингу.

Практичні завдання

1. «Створити» власну віртуальну турфірму, визначити її організаційно-правову форму, основні та додаткові напрями діяльності.

Відповідь обґрунтуйте.

2. Запропонувати назву, логотип та девіз для своєї турфірми відповідно до напрямків майбутньої діяльності.

Скласти перелік документів, що необхідно для проходження акредитації в посольстві однієї із країн світу, де ваша турфірма планує поїздки українців.

3. Письмово дати характеристику туристичних ресурсів рецептивного туropolерейтингу в Україні.

Висновки

Література: 1, 4, 8, 9, 11, 12, 14, 15, 16, 21, 22.

Теоретичні питання

1. Основні інструменти просування тур-продукту.
2. Використання брендів і брендингу в сучасному туropolерейтингу.
3. Канали просування тур-продукту до споживача.
4. Професійно-кваліфікаційна характеристика працівників туристичної фірми.
5. Класифікація груп клієнтів турфірми.
6. Форми та стилі обслуговування клієнтів.
7. Формування комунікаційних навичок персоналу турфірми.
8. Професійні етика працівників туристичного бізнесу та культура обслуговування клієнтів.

Практичні завдання

1. *Скласти, на підставі принципів оптимальності, раціональності й тематичної відповідності:*

а) попередню програму обслуговування туристів (перелік набору послуг) для:

- закордонної подорожі для вітчизняних туристів;
- туру в межах України для вітчизняних туристів;
- туру в межах України для іноземних туристів.

б) програму обслуговування туристів за днями, яка складається безпосередньо перед заїздом групи, для:

- закордонної подорожі для вітчизняних туристів;

- туру в межах України для вітчизняних туристів;
- туру в межах України для іноземних туристів.

Вид туру та країну для організації закордонної подорожі вітчизняних туристів студент обирає самостійно.

Висновки

Література: 1, 4, 8, 9, 11, 12, 14, 15, 16, 21, 22.

Заняття 5

Тема: Оцінка туристичного ринку країни-партнера

Мета: ознайомлення з оцінкою туристичного ринку на основі турпланування як одного із головних етапів туроперейтингу.

План

Теоретичні питання

1. Сутність та види інформаційних технологій у туризмі. Автоматизація туроперейтингу.
2. Програмне забезпечення туроперейтингу.
3. Застосування Інтернет-технологій в сучасному туроперейтингу.
4. Політика цін на туристичні послуги.
5. Ціноутворення тур-продукту.
6. Стратегії ціноутворення на туристичних підприємствах.
7. Методи ціноутворення, формування асортименту туроператора.

Практичні завдання

1. Провести процес повного турпланування забезпечення комплексу гостинності, на підставі отриманої оцінки інформації, яка стосується організації обслуговування:

- 1) закордонної подорожі для вітчизняних туристів;
 - 2) туру в межах України для вітчизняних туристів;
 - 3) туру в межах України для іноземних туристів.
- А. Загальна характеристика бази розміщення та харчування обраної країни (країн) та України, її національні особливості.
- Б. База розміщення і харчування при проведенні туру:
- 1) Види та категорії закладів розміщення;
 - 2) Умови і вартість проживання;
 - 3) Місцезнаходження закладів розміщення;
 - 4) Оснащення номерів, їх категорія;
 - 5) Послуги, які входять у вартість проживання, а які оплачуються додатково;
 - 6) Варіанти харчування та пансіон;
 - 7) Місце розташування та категорія ресторану (якщо передбачено харчування поза межами готелю);
 - 8) Складання переліку постачальників послуг розміщення і харчування;
 - 9) Період надання послуг кожним підприємством;
 - 10) Цінові таблиці.
- В. Організація культурної програми в місцях проведення турів:

- комплекс заходів дозвілля (із зазначенням необхідності надання транспорту, потреби в гідах, екскурсоводах, інструкторах, спеціальному спорядженні тощо) та анімація обслуговування:

а) екскурсії (пішохідні, з використанням транспорту) і об'єкти показу – з врахуванням специфіки країни (регіону, міста) в історичному, культурному, релігійному, національному плані, а також виду і тривалості туру, платоспроможності клієнта;

- б) перелік походів, морських прогулянок (період, тривалість);
- в) сафарі, рибалка, барбекю тощо;
- г) спортивні заходи (дайвінг, сноуборд тощо);
- д) тематичні вечори, шоу тощо;
- е) відвідання національних, тематичних парків;
- ж) анімація відпочинку туристів в готелях і центрах відпочинку (курортах);

з) костюмовані тури (етнофольклорні, пригодницькі та інше).

Г. Додаткові послуги, які забезпечують проведення туру і надаються турфірмою:

- а) потреби в гідах, екскурсоводах, перекладачах, інструкторах та інше;
- б) супровід (за бажанням туриста);
- в) митне оформлення вантажів;
- г) доставка туристів до аеропорту/залізничного вокзалу і назад;
- д) можливості оренди залу для нарад, конференцій (при організації бізнес- та конгрес-турів);
- е) проведення банкетів, прес-конференцій, прийомів.

Висновки

Література: : 1, 4, 8, 9, 11, 13, 14, 15, 16, 18, 21, 22.

Заняття 6

Тема: Економічна ефективність ініціативного туроперейтингу

План

Теоретичні питання

1. Перерахувати головні принципи маркетингу в туризмі.
2. Розкрити зміст рівнів координації маркетингу в туризмі.
3. Визначити етапи реалізації концепції маркетингу на туристичному підприємстві.
4. Назвати основні маркетингові функції туристичного підприємства

Практичні завдання

1. Скласти анкету для проведення опитування з метою визначення туристських пріоритетів різних категорій споживачів.
2. Сегментувати ринок споживача турпослуг.
3. Скласти портрет потенційного клієнта.
4. Провести моніторинг рекламних оголошень турфірм у ЗМІ.

5. Провести аналіз ринку з метою виявлення власної ніші, потенційних конкурентів та клієнтів.

Матеріали подаються у вигляді письмової відповіді, складеної за наступним планом:

1. Аналіз попиту:

- а) анкета для проведення опитування;
- б) аналіз результатів умовного опитування з метою визначення уподобань різних статево-вікових груп.

2. Аналіз результатів моніторингу рекламних оголошень турфірм у засобах масової інформації:

- а) перелік видань, за якими проводився моніторинг;
- б) період моніторингу;
- в) середній розмір рекламного блоку;
- г) основні фірми-рекламодавці;
- д) основні напрямки поїздок, які пропонуються із зазначенням цінової категорії.

3. Аналіз ринку з метою виявлення власної ніші, потенційних конкурентів та клієнтів.

- а) пошуки власної ніші (перелік основних і додаткових напрямків діяльності, цінові категорії турів);
- б) портрет потенційного клієнта/клієнтів (вік, стать, освіта, рівень доходів, соціальний стан, психологічні особливості та спосіб життя).

Висновки

Література: 1, 4, 8, 9, 11, 12, 14, 15, 16, 21, 22.

Тема: Форми співпраці рецептивних туроператорів із продуцентами туристичних послуг

Заняття 7

Мета: ознайомлення з особливостями форм співпраці на основі оформлення договорів між туроператором і постачальниками туристичних послуг.

План

Теоретичні питання

1. Поняття «блок місць» та їх види.
2. Особливості роботи на умовах безвідкличного бронювання.
3. Види чартерних програм.
4. Основні схеми співробітництва туроператора із залізницями.

Практичні завдання

1. Письмово складіть зразок договору між туроператором та постачальником туристичних послуг (за вибором студента).
2. Визначити можливих постачальників послуг для організації:
 - закордонної подорожі для вітчизняних туристів;
 - туру в межах України для вітчизняних туристів;
 - туру в межах України для іноземних туристів.

3. Скласти договірні плани до проєктованих турів за наступним зразком:

<i>№ п/п</i>	<i>Назва а партнера</i>	<i>Основний предмет й договору</i>	<i>Термін дії договору</i>	<i>Термін укладання договору</i>	<i>Особливі дані</i>
1.					
2.					
...					

Висновки

Література: 1, 4, 8, 9, 11, 12, 14, 15, 16, 21, 22.

Тема: Оціночні ресурси рецептивного туropolерейтингу Заняття 8

Мета: ознайомлення з процесами ціноутворення в туropolерейтингу.

План

Теоретичні питання

1. Назвіть основні документи, на які слід звертати увагу при написанні туристичних договорів, вітчизняним туристичним фірмам.
2. Розкрийте зміст договору на туристичне обслуговування.
3. Які види договорів укладаються турагентами з туropolераторами на продаж путівок?

Практичні завдання

1. Визначити стратегію ціноутворення вашої турфірми.
2. Скласти калькуляції та обрахувати собівартість й ринкову ціну для розроблених:
 - закордонної подорожі для вітчизняних туристів;
 - туру в межах України для вітчизняних туристів;
 - туру в межах України для іноземних туристів.

Висновки

Література: : 1, 4, 8, 9, 11, 13, 14, 15, 16, 18, 21, 22.

Тема: Туристичні ресурси рецептивного туropolерейтингу в Україні. Заняття 9

Мета: ознайомлення з турплануванням як одним із головних етапів туropolерейтингу.

План

Теоретичні питання

1. Назвіть основні документи, на які слід звертати увагу при написанні туристичних договорів, вітчизняним туристичним фірмам.
2. Розкрийте зміст договору на туристичне обслуговування.
3. Які види договорів укладаються турагентами з туropolераторами на продаж путівок?

Практичні завдання

1. Провести процес повного турпланування забезпечення комплексу гостинності, на підставі отриманої оцінки інформації, яка стосується організації обслуговування:
 - 1) закордонної подорожі для вітчизняних туристів;

2) туру в межах України для вітчизняних туристів;

3) туру в межах України для іноземних туристів.

А. Загальна характеристика бази розміщення та харчування обраної країни (країн) та України, її національні особливості.

Б. База розміщення і харчування при проведенні туру:

1) Види та категорії закладів розміщення;

2) Умови і вартість проживання;

3) Місцезнаходження закладів розміщення;

4) Оснащення номерів, їх категорія;

5) Послуги, які входять у вартість проживання, а які оплачуються додатково;

6) Варіанти харчування та пансіон;

7) Місце розташування та категорія ресторану (якщо передбачено харчування поза межами готелю);

8) Складання переліку постачальників послуг розміщення і харчування;

9) Період надання послуг кожним підприємством;

10) Цінові таблиці.

В. Організація культурної програми в місцях проведення турів:

- комплекс заходів дозвілля (із зазначенням необхідності надання транспорту, потреби в гідах, екскурсоводах, інструкторах, спеціальному спорядженні тощо) та анімація обслуговування:

и) екскурсії (пішохідні, з використанням транспорту) і об'єкти показу – з врахуванням специфіки країни (регіону, міста) в історичному, культурному, релігійному, національному плані, а також виду і тривалості туру, платоспроможності клієнта;

к) перелік походів, морських прогулянок (період, тривалість);

л) сафарі, рибалка, барбекю тощо;

м) спортивні заходи (дайвінг, сноуборд тощо);

н) тематичні вечори, шоу тощо;

о) відвідання національних, тематичних парків;

п) анімація відпочинку туристів в готелях і центрах відпочинку (курортах);

р) костюмовані тури (етнофольклорні, пригодницькі та інше).

Г. Додаткові послуги, які забезпечують проведення туру і надаються турфірмою:

ж) потреби в гідах, екскурсоводах, перекладачах, інструкторах та інше;

з) супровід (за бажанням туриста);

и) митне оформлення вантажів;

к) доставка туристів до аеропорту/залізничного вокзалу і назад;

л) можливості оренди залу для нарад, конференцій (при організації бізнес- та конгрес-турів);

м) проведення банкетів, прес-конференцій, прийомів.

Висновки

Література: 1, 4, 8, 9, 11, 12, 14, 15, 16, 21, 22.

Тема: Типова організаційна структура ТО: взаємозв'язок роботи підрозділів.

Заняття 10

План

Теоретичні питання

1. Основні категорії ТО в Україні Внутрішній туризм та розвиток національного туристичного ринку країни.
2. Характерні риси внутрішнього туроперейтингу

Практичні завдання

1. Письмово визначити, які обов'язки туристичного оператора та meet-компанії зазвичай документуються за допомогою оформлення договору про взаємну сторін.
2. Охарактеризуйте сутність прямої організації турів.
3. Дайте визначення поняття «наземне обслуговування».
4. Сутність туристичного кредиту.
5. Найбільш поширені форми експериментальної перевірки туру.

Висновки

Література: 1, 4, 8, 9, 11, 12, 14, 15, 16, 21, 22.

Тема: Причини виникнення турагентів, основні їх функції

Заняття 11

Мета: з'ясувати головні причини виникнення турагентів, основні їх функції

План

Теоретичні питання

1. Структурні елементи туроператора та турагента
2. Профіль роботи туристичного оператора.
3. Чинники, що впливають на вибір профілю роботи турператора.
4. Монопрофільні та багатопрофільні туроператори: переваги та недоліки.
5. Національні туристичні оператори, зміст, приклади

Практичні завдання

Політика цін на туристичні послуги. Довідкові, базисні (конфіденційні), контрактні ціни.

1. Ціноутворення тур-продукту.
2. Постійні та змінні витрати туроперейтинга.
3. Собівартість тура, норма прибутку туроператора.
4. Знижки й надбавки.
5. Стратегії ціноутворення на туристичних підприємствах.
6. Методи ціноутворення.
7. Види цін в туризмі. Формування асортименту туроператора. Ціновий додаток туроператора.

Висновки

Література: 1, 4, 8, 9, 11, 12, 14, 15, 16, 21, 22.

Тема: Ступінь впливу факторів зовнішнього середовища на туropolерейтинг.

Заняття 12

Мета: Прослідкувати на прикладі основних способів планування діяльності туристичного підприємства ступінь впливу факторів зовнішнього середовища.

План

Теоретичні питання

1. Аналіз сильних та слабких сторін організації
2. Вибір стратегії. Управління реалізацією стратегії.
3. Оцінка стратегії. Оцінка і аналіз зовнішнього середовища
4. Аналіз стратегічних альтернатив
5. Вимірювання результатів роботи, визначення причин успіху чи невдачі
6. Склад управління
7. Структура організаційних рішень

Практичні завдання

1. Письмово визначте переваги та недоліки основних способів планування діяльності туристичного підприємства.
2. Відповідь обґрунтуйте.
3. Назвіть найбільш поширені методи планування діяльності туристичного підприємства.
4. Основні риси стратегічного планування в туropolерейтингу.
5. Генеральні стратегії туристичних підприємств.
6. З яких розділів складається бізнес-план туристичного підприємства?

Висновки

Література: : 1, 4, 8, 9, 11, 13, 14, 15, 16, 18, 21, 22.

Тема: Форми та стилі обслуговування клієнтів. 3

Заняття 13

Мета: Проаналізувати та дати характеристику кваліфікаційних вимог до спеціалістів різних рівнів, зайнятих туropolераторською та турагентською діяльністю

План

Теоретичні питання

1. Як класифікують групи клієнтів турфірми?
2. Стилi обслуговування клієнтів турфірми.
3. Назвіть основні прийоми ефективної комунікації в офісі турфірми.
4. Перерахуйте основні принципи етики ділового спілкування персоналу турфірми.

Практичні завдання

1. Складіть шкалу потреб клієнтів та основні етапи формування психологічного портрету потенційних туристів.
2. Накресліть форми та стилі обслуговування клієнтів.
3. Проаналізуйте формування комунікаційні навичок персоналу фірми.
4. Спеціальні прийоми ефективної комунікації в офісі турфірми.
5. Розкрийте рівні нівелювання комунікативних бар'єрів.

Висновки

Література: 1, 4, 8, 9, 11, 12, 14, 15, 16, 21, 22.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО ІСПИТУ

1. Поняття «туроперейтингу».
2. Сутність туроператорської та турагентської діяльності підприємств сфери туризму.
3. Основні функції туроператора.
4. Види діяльності туристичних фірм.
5. Профіль роботи туристичного оператора.
6. Класифікація та види туроператорів.
7. Сутність ініціативного туроперейтингу.
8. Ідеальна модель розвитку виїзного туризму.
9. Егоїстична модель розвитку виїзного туризму.
10. Особливості рецептивного туроперейтингу.
11. Характерні риси внутрішнього туроперейтингу.
12. Типова організаційна структура туроператора: взаємозв'язок роботи підрозділів.
13. Класифікація турагентів.
14. Основні функції турагентів.
15. Стратегії створення мережі агентств в туристичній сфері.
16. Зовнішні фактори туроперейтинга.
17. Внутрішні фактори туроперейтинга.
18. Організація туроператорського та турагентського бізнесу в Україні: нормативно-правові вимоги.
19. Ліцензування туристичної діяльності в Україні.
20. Планування діяльності турпідприємства.
21. Стратегія розвитку турпідприємства, стадії розробки стратегії туроперейтинга.
22. Класифікація стратегій, що приймаються туроператором.
23. Бізнес-планування.
24. Структура туристичного продукту.
25. Основні споживчі властивості туристичного продукту.
26. Сутність основних етапів туроперейтингу.
27. Зміст робіт з тур-проекування.
28. Маркетингове дослідження туристичного ринку як один з етапів тур-проекування.
29. Диференціація пропозицій туроператора як один з етапів тур-проекування.
30. Основні підходи до техніки позиціонування послуг.
31. Позиціонування турів як один з етапів тур-проекування.
32. Позиціонування туроператорів як один з етапів тур-проекування.
33. Програмний туризм.
34. Програма обслуговування туристів.
35. Види цільових програм обслуговування туристів та їх основні

особливості.

36. Програми обслуговування для курортно-оздоровчого туризму.
37. Програми обслуговування для екологічного туризму.
38. Програми обслуговування для пізнавального та розважального туризму.
39. Програми обслуговування для ділового туризму.
40. Програми обслуговування для спортивного туризму.
41. Програми обслуговування для навчальних турів.
42. Програми обслуговування для сімейного туризму
43. Програми обслуговування для хобі-турів.
44. Сутність тур-планування.
45. Схеми організації турів.
46. Особливості організації турів через приймаючу туроператорську компанію.
47. Ідентифікація постачальників туристичних послуг.
48. Експериментальна перевірка туру.
49. Сутність та зміст маркетингу в туризмі.
50. Принципи маркетингу в туризмі.
51. Технологія реалізації концепції маркетингу на туристичному підприємстві.
52. Маркетингові стратегії в туроперейтингу.
53. Схеми співробітництва туроператора з підприємствами готельної індустрії.
54. Купівля блоку місць на умовах комітменту як одна зі схем співробітництва туроператора з підприємствами готельної індустрії.
55. Купівля блоку місць на умовах елотменту як одна зі схем співробітництва туроператора з підприємствами готельної індустрії.
56. Схеми співробітництва туроператора з авіаперевізниками.
57. Схеми співробітництва туроператора із залізницями.
58. Схеми співробітництва туроператора з автоперевізниками.
59. Схеми співробітництва туроператора з судновласниками.
60. Особливості договірних відносин в туроперейтингу.
61. Види договорів в туризмі.
62. Договори, що укладаються між суб'єктами туристичної діяльності та споживачами турпослуг.
63. Договори, що укладаються турагентами з туроператорами та іншими турагентами на продаж путівок.
64. Договори, що укладаються туроператором із сторонніми організаціями, які приймають участь в обслуговуванні туристів.
65. Основні положення договорів між туроператором та постачальниками туристичних послуг.
66. Основні напрями автоматизації в сучасному туроперейтингу.

67. Програмне забезпечення для внутріофісної автоматизації діяльності туристичної фірми.
68. Застосування Інтернет-технологій в сучасному туроперейтингу.
69. Глобальні системи бронювання в туроперейтингу.
70. Політика цін на туристичні послуги.
71. Ціноутворення турпродукту.
72. Стратегії ціноутворення на туристичних підприємствах.
73. Методи ціноутворення в туризмі.
74. Види цін в туризмі.
75. Формування асортименту туроператора.
76. Каталог туроператора: головні функції, вимоги.
77. Цілі та основні інструменти просування турпродукту.
78. Робота з агентствами як один з інструментів просування турпродукту.
79. Реклама як один з інструментів просування турпродукту.
80. Стимулювання збуту як один з інструментів просування турпродукту.
81. PR-акції як один з інструментів просування турпродукту.
82. Використання брендів і брендингу в сучасному туроперейтингу.
83. Канали просування турпродукту до споживача.
84. Професійно-кваліфікаційна характеристика працівників туристичної фірми.
85. Кваліфікаційні вимоги, що висуваються до працівників першого й другого кваліфікаційних рівнів, зайнятих туроператорською діяльністю.
86. Кваліфікаційні вимоги, що висуваються до працівників третього кваліфікаційного рівня, зайнятих туроператорською діяльністю.
87. Класифікація груп клієнтів турфірми.
88. Форми та стилі обслуговування клієнтів турфірми.
89. Формування комунікаційних навичок персоналу турфірми.
90. Професійні етика працівників туристичного бізнесу та культура обслуговування клієнтів.

ВИМОГИ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ТА ВМІНЬ СТУДЕНТІВ

Оцінювання результатів засвоєння знань та вмінь студентів з дисципліни « здійснюється за 100-бальною системою. Дисципліна розділена на два тематичних блока і вивчається два півріччя: у II півріччі – *підсумковий контроль - іспит* у формі виконання тестових завдань.

I півріччя. Загальна підсумкова оцінка складається із *суми накопиченої системи балів та підсумкового контролю знань*.

1). відвідування занять та активна і результативна робота студентів над вивченням та засвоєнням програми лекційного матеріалу дисципліни.

2). відвідування практичних занять та виконання студентами практичних завдань згідно плану робочої навчальної програми.

Мета виконання практичних завдань: для глибшого опанування складних питань, оволодіння науковими методами аналізу певних явищ і проблем в готельному бізнесі, систематична підготовка до практичного заняття привчає студентів до самостійної роботи перевірки якості засвоєння матеріалу всього курсу.

При виставленні суми балів накопиченої системи оцінці підлягають: рівень засвоєння теоретичних та практичних знань; опанування вмінь і навичок самостійного опрацювання завдань і питань для обговорення та самоперевірки; опанування рекомендованої основної та додаткової літератури, переліку питань для самостійної роботи першого тематичного блоку, включеного до робочої навчальної програми дисципліни.

II півріччя. Загальна підсумкова оцінка складається із *суми накопиченої системи балів та підсумкового контролю знань (іспит)*.

Накопичена система складається з суми 25 балів та включає в себе наступні критерії:

1). відвідування занять та активна і результативна робота студентів над вивченням та засвоєнням програмного лекційного матеріалу дисципліни

2). відвідування практичних занять та виконання студентами практичних завдань згідно плану робочої навчальної програми.

Мета виконання практичних завдань: для глибшого опанування складних питань, оволодіння науковими методами аналізу певних явищ і проблем ресторанному бізнесі, систематична підготовка до практичного заняття привчає студентів до самостійної роботи для перевірки якості засвоєння матеріалу всього курсу.

При виставленні суми балів накопиченої системи оцінці підлягають: рівень засвоєння теоретичних та практичних знань; опанування вмінь і навичок самостійного опрацювання завдань і питань для обговорення та самоперевірки; опанування рекомендованої основної та додаткової літератури, переліку питань для самостійної роботи другого тематичного блоку, включеного до робочої навчальної програми дисципліни.

Підсумковий контроль знань I півріччя у формі проводиться у вигляді тестування.

Підсумковий контроль знань II півріччя у формі *іспиту* проводиться у вигляді тестування.

Для перевірки знань студентам пропонується *4 варіанта тестових завдань* в кількості *50 тестових питань* у кожному варіанті. Кожне тестове питання з дисципліни має *чотири варіанти* відповіді. Студент повинен вибрати *одну правильну відповідь*.

Кожне тестове завдання має перевіряти відповідний рівень засвоєння знань: *кожна правильна відповідь оцінюється в 1,5 бали*; 0 балів, якщо не вказано жодної правильної відповіді (букви), або не надано відповіді на запитання.

Завдання вважається виконаним **правильно**, якщо студент вибере один правильний варіант відповіді.

Завдання вважається виконаним **неправильно**, якщо:

- а) позначено неправильну відповідь;
- б) позначено два або більше варіантів відповіді, навіть якщо серед них є правильний;
- в) відповідь не позначено взагалі.

Тестове завдання виконується письмово.

Відведений час на виконання – 50 хвилин. Під час виконання роботи не дозволяється користуватися будь-якими джерелами.

Головні **вимоги** до тестів: простота, однозначність, визначеність, надійність, валідність.

Тестові питання повинні мати системоутворюючі властивості:

- 1) приналежність до предметної області;
- 2) головний структурний принцип системоутворення полягає в тому, що кожне завдання відрізняється своєю складністю;
- 3) стислість;
- 4) ясність і чіткість;
- 5) коректність форми.

Оцінювання знань студентів формується за результатами роботи на семінарських та практичних заняттях (виконання практичних завдань, активність на практичних та семінарських заняттях, написання модульних контрольних робіт та проміжних тестів), виконання індивідуального завдання (доповіді, висвітлення теми із частини самостійного опрацювання) та відповіді на іспиті.

Система оцінювання знань студентів

Навчальна дисципліна «Організація туризму (Туроперейтинг)» складається з чотирьох змістових розділів.

Результати навчальної діяльності студентів оцінюються за 100-бальною шкалою за накопичувальною системою.

Форми поточного контролю:

- конспектування лекцій;
- експрес-опитування;
- виконання завдань для самостійної роботи;
 - виконання практичних робіт.

Поточний контроль: результат вивчення кожного розділу складає підсумок всіх форм поточного контролю.

Підсумковий контроль знань: іспит проводиться у формі тестування.

Умови допуску студента до іспиту:

1. відсутність заборгованостей практичних занять;
2. відсутність заборгованостей із поточного контролю;
3. позитивні рейтингові бали за кожний розділ.

Підсумкова оцінка

За результатами вивчення всього курсу виставляється підсумкова оцінка, що розраховується як середньозважене всіх підсумкових оцінок за всі семестрові контролю.

За результатами кожного семестрового контролю студент отримує підсумкову оцінку за 100-бальною системою, яка розраховується як сума оцінок з розділів (стартовий рейтинг) та оцінки за іспит.

Студент має можливість накопичити максимальну кількість балів у межах кожного розділу, використовуючи різні способи набуття знань.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Трансформація рейтингової оцінки

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
84 – 89	B	добре	
74 – 83	C		
66 – 73	D	задовільно	
61 – 65	E		
21 – 60	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0 – 20	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Сума набраних рейтингових балів при семестровому контролі переводиться в оцінки системи оцінювання ECTS.

Система передбачає семибальну шкалу (A, B, C, D, E, FX, F) та подвійне (описове та статистичне) визначення цих оцінок.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ

Нормативно-правові акти

1. Закон України «Про туризм» від 15 вересня 1995 р. № 324/95-ВР.
2. Закон України «Про внесення змін до закону України „Про туризм”» від 18 листопада 2003 р. №1282-IV.
3. Закон України «Про внесення змін до закону України „Про туризм”» від 24 лютого 2014 р. №1282-IV.
4. Закон України «Про державний кордон України» від 3 квітня 2003 р. N 662-IV.
5. Закон «Про захист прав споживачів» з змінами від 17 грудня 2009 р.
6. Закон України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності»
7. Закон України «Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України» від 3 червня 2004 р. N 1742-IV
8. Закон України «Про порядок ввезення (пересилання) в Україну, митного оформлення й оподаткування особистих речей, товарів та транспортних засобів, що ввозяться (пересилаються) громадянами на митну територію України» від 23 листопада 2001 р.
9. Закон України «Про основні засади державного нагляду контролю) у сфері господарської діяльності» із змінами від 11 серпня 2013, підстава [406-18](#)
- 10.ГОСТ Р 50690-2000 «Організація туристської діяльності. Туристські послуги. Загальні вимоги».
- 11.ГОСТ Р 50644-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов».
- 12.ГОСТ Р 50681-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг».
- 13.ГОСТ Р 50690-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Туристские услуги. Общие требования».
- 14.Державна Програма розвитку туризму на 2002 – 2010 роки, затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2002 р. N 583.
- 15.ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги».
- 16.ІНСТРУКЦІЯ про порядок оформлення ваучера на надання туристичних послуг та його використання. затверджена Наказом Держтурадміністрації України від 06 червня 2005, N 50.
- 17.ЛІЦЕНЗІЙНІ УМОВИ провадження туроператорської та турагентської діяльності, затверджені Наказом Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва та Міністерства культури і туризму України від 11 вересня 2007 № 111/55

Основна

1. *Агафонова Л.Г.* Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання / Л. Г. Агафонова, О. Є. Агафонова. – К. : Знання України, 2002. – 358 с.
2. *Байлик С. І.* Технологія туристської діяльності. Конспект лекцій / С. І. Байлик, І. В. Серета. – Харків : ХНАМГ, 2007. – 139 с.
3. *Долматов Г. М.* Международный туристский бизнес: история, реальность и перспективы / Г. М. Долматов. – Ростов/Д. : Феникс, 2001. – 368 с.
4. *Дурович А. П.* Организация туризма / А. П. Дурович. – СПб. : Питер, 2009. – 320 с.
5. *Ильина Е. Н.* Туроперейтинг: организация деятельности / Е. Н. Ильина. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 256 с.
6. *Кифяк В. Ф.* Організація туристичної діяльності в Україні / В. Ф. Кифяк. – Чернівці : Книги-XXI, 2003. – 300 с.
7. *Любіцева О. О.* Ринок туристичних послуг / О. О. Любіцева. – К. : Альтерпрес, 2002. – 436 с.
8. *Любіцева О. О.* Методика розробки турів / О. О. Любіцева. – К. : Альтерпрес, 2003. – 104 с.
9. *Мальська М. П.* Основи туристичного бізнесу / Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 272 с.
10. *Мініч І. М.* Навчально-методичний посібник для вивчення дисципліни «Технологія туристської галузі» / І. М. Мініч. – К. : КУТЕП, 2006. – 163 с.
11. *Пуцентейло П. Р.* Економіка і організація туристично-готельного підприємництва / П. Р. Пуцентайло. – К. : Центр навчальної літератури, 2007. – 344 с.
12. *Сокол Т. Г.* Основи туристичної діяльності / Т.Г. Сокол ; за ред. В. Ф Орлова. – К. : Грамота, 2006. – 264 с.
13. *Федорченко В. К.* Туристський словник-довідник / В. К. Федорченко, І. М. Мініч. – К. : Дніпро, 2000. – 160 с.
14. *Чорненька Н. В.* Організація туристичної індустрії / Н. В. Чорненька. – К. : Атіка, 2006. – 264 с.
15. *Чудновский А. Д.* Туризм и гостиничное хозяйство / А. Д. Чудновский. – М. : Юркнига, 2005. - 448 с.

Додаткова

1. А.С. Кусков, В.Л., Голубева, Т.Н. Одинцова. – МПСИ, Флинта, 2005. – 342 с
2. Любіцева О.О., Панкова Є.В., Стафійчук В.І. Туристичні ресурси України / О.О. Любіцева, Є.В. Панкова, В.І. Стафійчук. – К.: Альтерпрес, 2007. – 332 с

3. Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник / М.П. Мальська, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич. – К.: Знання, 2008. – 637 с
4. Мальська М.П., Худо В.В. Менеджмент туризму. Вступ до спеціальності: Навч. посіб.- Л.: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2007. – 424 с.
5. Папирян Г.А. Международные экономические отношения. Экономика туризма / Г.А. Папирян. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 208с.
6. Селецький С.І. Правове регулювання туризму в Україні: навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2012.– 186 с.
7. Смаль І.В. Туристичні ресурси світу / І.В. Смаль. – Ніжин: Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя. – 2010. – 129 с
8. Смирнов І.Г. Логістика туризму: навч. посібник / І.Г. Смирнов. – К.: Знання, 2009. – 444 с.
9. Стафійчук В.І. Рекреалогія / В.І. Стафійчук. – К.: Альтерпрес, 2008. – 367 с
10. Ушаков Д.С. Прикладной туроперейтинг / Д.С. Ушаков. – Ростов-на-Дону: МарТ, 2006. – 448 с.
11. Ушаков Д.С. Технологии выездного туризма: Учеб. пособие / Д.С. Ушаков. – Ростов н/Д: Феникс МарТ, 2010. – 448 с.
12. Ушаков Д.С., Малахова Н.Н. Инновации в туризме и сервисе / Д.С. Ушаков, Н.Н. Малахова. – Ростов н/Д: Феникс МарТ 2010. – 244 с.
13. Чудновский А.Д. Туризм и гостиничное хозяйство / А.Д. Чудновский. Изд. 2-е перераб. и доп. – М.: ЮРКНИГА, 2005.– 186 с.

Допоміжна

14. Богданова Ж.А. Договірні відносини в туристичній діяльності / Ж.А. Богданова // Вісник Житомирського державного технологічного університету (Серія: «Економічні науки»). – Житомир, 2010. – № 4 (54). – С. 215-219.
15. Ткаченко Т.І. Міжнародний туризм як соціокультурний феномен // ІІ Всеукраїнська науково-практична конференція «Сучасні проблеми природничих наук та методики викладання (до 80 річниці від дня створення природничо-географічного факультету)» Ніжин: Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2013, – С. 24-28.
16. Ткаченко Т.І. Рекреаційна спеціалізація рельєфу України у системі “рельєф – рекреація” як складник формування духовності українського етносу. Фіз. географія та геоморфологія. – К.: ВГЛ Обрії, 2013. – Вип. 4(72). – С. 32-41
17. Ткаченко Т.І. Методичний інструктаж комплексної оцінки туристично-ресурсного потенціалу України. Фіз. географія та геоморфологія. – К.: ВГЛ Обрії, 2013. – Вип. 5(73). – С. 32-41

18. Організація туризму (Туроперейтинг). Робоча навчальна програма для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм». К.: – 2011. –39 с.
19. Методичні рекомендації до виконання курсової роботи з дисципліни Організація туризму (Туроперейтинг) для студентів IV курсу напряму підготовки 6.140103 «Туризм». К.: – 2011. –18 с.
20. Організація туризму (Туроперейтинг). Методичні рекомендації до виконання самостійної роботи для студентів (з навчально-методичного забезпечення бази кафедри міжнародного туризму).
21. Організація туризму (Туроперейтинг). Методичні рекомендації до виконання модульних контрольних робіт для студентів (з навчально-методичного забезпечення бази кафедри міжнародного туризму).

Інформаційні ресурси

22. www.tourism.gov.ua
 23. www/travel.com.ua
 24. www.karpaty.net.ua - [Журнал "Карпати. Туризм. Отдых"](#) . Всеукраїнський туристичний журнал
 25. bj.kiev.ua - [Журнали "Большая прогулка" и "Украинский туризм"](#). Відпочинок, оздоровлення
 26. www.mirtu.com - [Журнал "Мир туризма"](#)
 27. www.tourlib.columb.net.ua - Наукові статті, методичні посібники і навчальні програми для студентів
 28. www.uatrip.com.ua - Інформація про мандрівки по Україні. Фотографії міст.
 29. www.tourism.ru - Журнал «Туризм».
 30. www.itravel.ru/biblio - Бібліотека літератури з туризму.
 31. www.buklib.net - Бібліотека літератури
- сайти провідних туроператорів**
32. www.anextour.com.ua - сайт туроператора Anex Tour
 33. www.nord.com.ua - сайт туроператора Nord Travel Kiev
 34. www.pegast.com.ua - сайт туроператора Pegas Touristik
 35. www.akkord-tour.com.ua - сайт туроператора Аккорд-тур
 36. www.alf-ua.com - сайт туроператора Альф
 37. www.artex.com.ua - сайт туроператора Артекс
 38. www.kuda.net.ua - сайт туроператора Давай відпочивай
 39. www.idriska-tour.com.ua - сайт туроператора Ідріска тур
 40. www.impalatravel.com - сайт туроператора Імпала тревел
 41. www.incomartour.kiev.ua - сайт туроператора Інкомартур
 42. www.kandagar.com - сайт туроператора Кандагар
 43. www.kk.kiev.ua - сайт туроператора Карибський Клуб
 44. www.coral.ru - сайт туроператора Корал тревел
 45. www.conti-plus.com.ua - сайт туроператора Конті плюс
 46. www.meest-tour.com.ua - сайт туроператора Міст-Тур
 47. www.natalyvoyage.com.ua - сайт туроператора Наталі Вояж
 48. www.oasis.com.ua - сайт туроператора Оазис

49. www.panukraine.kiev.ua - сайт туроператора Пан Україн
50. www.proland.kiev.ua - сайт туроператора Проланд
51. www.sam.ua - сайт туроператора САМ
52. www.siesta.kiev.ua - сайт туроператора Сієста
53. www.teztour.com - сайт туроператора Тез Тур
54. www.turtess.com.ua - сайт туроператора Туртесс тревел
55. www.tour-ethno.com - сайт туроператора Тур Етно
56. www.ukrrom.com - сайт туроператора Укрром
57. www.feerie.com.ua - сайт туроператора Феєрія
58. www.tourism.gov.ua - сайт Державної служби туризму і курортів
59. www.world-tourism.org - сайт ВТО (ЮНВТО)

Ресурси Internet-мережі

1. www.tourism@mtu.gov.ua – Державне агентство України з туризму та курортів
2. www.travel.org.ua
3. www.karpaty.net.ua
4. www.mirtu.com/
5. www.uatrip.com.ua
6. www.tourism-ru.com/
7. www.itravel.ru
8. www.buklib.net
9. www.euro-2012.if.ua/
10. www.ukt.zhitomir-region.gov.ua/
11. www.kokstravel.ru.
12. www.tury.ru
13. www.foros.ru
14. www.toursoft.ru
15. www.promo.optimalno.ru
16. www.fortun.ru
17. www.turizm.ru
18. www.geosites.com
19. www.webjump.com
20. www.ripn.net
21. www.turist.ru
22. www.rbc.ru
23. www.searchengineworld.com
24. www.spiderhunter.com
25. www.solvex.ru
26. www.ute.ru
27. www.uts.com
28. 1001hotels.ru
29. www.alean.ru
30. www.mikitravel.net

сайти провідних туроператорів

1. www.akkord-tour.com.ua – сайт туроператора «Аккорд-тур»
2. www.alf-ua.com – сайт туроператора «Альф»
3. www.anextour.com.ua – сайт туроператора «Anex Tour»
4. www.artex.com.ua – сайт туроператора «Артекс»
5. www.conti-plus.com.ua – сайт туроператора «Конті плюс»
6. www.coral.ru – сайт туроператора Корал тревел»
7. www.coraltravel.ua – сайт туроператора «Coral travel»
8. www.davclub.ua – сайт туроператора ООО «ДАВ Клуб»
9. www.express-voyage.com.ua – сайт туроператора «Експрес-Вояж»
10. www.feerie.com.ua – сайт туроператора «Феєрія»
11. www.gal-cruise.com.ua – сайт тур оператора «Гал-Круїз»
12. www.hamalia.ua – сайт тур оператора «Гамалія»
13. www.idriskatour.com.ua – сайт туроператора «IdrisKa tour»
14. www.impalatravel.com – сайт туроператора «Імпала тревел»
15. www.incomartour.kiev.ua – сайт туроператора «Інкомартур 93»
16. www.italia.com.ua – сайт оператора «Єрмоєнко та партнери»
17. www.kandagar.com – сайт туроператора «Кандагар»
18. www.meest-tour.com.ua – сайт туроператора «Міст-Тур»
19. www.natalyvoyage.com.ua – сайт туроператора «Наталі Вояж»
20. www.newstravel.com.ua – сайт туроператора «NEWS Travel»
21. www.oasis.com.ua – сайт туроператора «Оазис Тревел Україна»
22. www.olymp.kiev.ua – сайт туроператора «Олімп»
23. www.orbita.ua – сайт туроператора «Орбіта»
24. www.panukraine.kiev.ua – сайт туроператора «Пан Україн»
25. www.pegast.com.ua – сайт туроператора «Pegas Touristik»
26. www.pilot.ua – сайт туроператора «Пілот»
27. www.saga.ua – сайт туроператора «Сага»
28. www.sam.ua – сайт туроператора «САМ»
29. www.siesta.kiev.ua – сайт туроператора «Сієста»
30. www.tartustour.com.ua – сайт туроператора «Тартус-Тур»
31. www.tcc.com.ua – сайт туроператора «Туристичний Клуб»
32. www.tez-tour.com – сайт туроператора «TEZ TOUR»
33. www.tkwelt.com.ua – сайт туроператора «ТК- Велт»
34. www.tour-ethno.com – сайт туроператора «Тур Етно»
35. www.tourism.gov.ua – сайт Державного агентства України з туризму та курортів
36. www.tpg.ua – сайт туроператора «Travel Professional Group»
37. www.TUI.UA – сайт туроператора «TUI Ukraine»
38. www.turtess.com.ua – сайт туроператора «Туртесс тревел»
39. www.ukrrom.com – сайт туроператора «Укрром TRAVEL GROUP»
40. www.zabugor.com.ua – сайт тур оператора «За бугор»
41. www.2.unwto.org – сайт ЮНВТО

