

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет географічний
Кафедра туризму та готельного господарства

СИЛАБУС

нормативного освітнього компонента
РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

підготовки	Магістр
спеціальності	242 Туризм
освітньо-професійної програми	Туризм

Силабус освітнього компонента «РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ»
підготовки магістра, галузі знань 24 Сфера обслуговування, спеціальності
242 Туризм, освітньо-професійної програми Туризм.

Розробник: Лисюк Тетяна Василівна, кандидат педагогічних наук, доцент.

Погоджено

Гарант освітньо-професійної програми:



Лисюк Т.В.

**Силабус освітнього компонента затверджений на засіданні кафедри
туризму та готельного господарства**

протокол № 1 від 31 серпня 2022 р.

Завідувач кафедри:



Ільїн Л.В.

I. Опис освітнього компонента

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній рівень	Характеристика освітнього компонента
Денна/заочна форма навчання	Галузь знань: 24 Сфера обслуговування	Нормативна
		Рік навчання – 1
120 год. 4 кредити	Спеціальність: 242 Туризм	Семестр – 1
		Лекції – 18/10 год.
ІНДЗ: немає	Освітня програма: Туризм другий (магістерський) рівень вищої освіти	Практичні – 28/10 год
		Самостійна робота – 66/84 год.
		Консультації – 8/16 год
		Форма контролю: екзамен
Мова навчання		українська

II. Інформація про викладача

Викладач	Лисюк Тетяна Василівна
Науковий ступінь	кандидат педагогічних наук
Вчене звання	доцент
Посада	доцент кафедри туризму та готельного господарства
Телефон	+38 0679592264
e-mail	tetiana.0602@gmail.com
Дні занять	http://194.44.187.20/cgi-bin/timetable.cgi

III. Опис освітнього компонента

Анотація курсу

Навчальна дисципліна Ринок туристичних послуг спрямована на вивчення специфічних рис формування та функціонування туристичного ринку, оцінку впливу об'єктивних та суб'єктивних чинників на формування туристичного попиту/пропозиції, особливостей видової та просторової організації ринку споживача туристичних послуг, характеристику специфіки функціонування ринку пропозиції та його суб'єктів (глобального та національного рівнів); на опанування методології дослідження та оцінки практики функціонування ринку туристичних послуг, на знання та розуміння принципів та критеріїв типізації туристичних ринків, визначення моделей їх функціонування, закономірностей просторової організації туристичного процесу, який розглядається на макрорегіональному та національному рівнях.

Пререквізити і постреквізити дисципліни

Пререквізити: для вивчення курсу студенти потребують базових знань з основ туризму та його організації, основ економіки, що є достатнім для сприйняття категоріального апарату ринку туристичних послуг, розуміння його інструментарію та методології.

Постреквізити: засвоєння методичного інструментарію макрорегіонального дослідження ринку туристичних послуг, а також національного туристичного ринку; набуття навичок застосовувати набуті теоретичні знання на практиці у туристичному та готельно-ресторанному бізнесі.

Мета і завдання освітнього компонента

Мета освітнього компонента – формування у майбутніх фахівців сфери туризму теоретико-методологічних знань з принципів і закономірностей функціонування ринку туристичних послуг різного ієрархічного рівня та навичок володіння методиками оцінки ринку туристичних послуг, прогнозування напрямів його розвитку в розрізі регіонів, країн, видів та форм туризму, окремих дестинацій.

Завдання освітнього компонента:

- глибоке уявлення про історичні аспекти розвитку туризму на планеті, основні чинники розвитку і методи вивчення цього виду господарської діяльності;
- пояснити принципи законодавчого забезпечення і багаторівневого регулювання, організацію та управління туристичним бізнесом у світовому і національному масштабі;
- дати студентам наукове розуміння особливостей формування та спрямування міжнародних туристичних потоків, а також їх значення для розвитку національних економік;
- показати реальні перспективи розвитку туризму в світі та в Україні;
- навчити студентів використовувати здобуті знання у своїй практичній діяльності, що пов'язана з туристичним бізнесом.

3. Результати навчання (компетентності)

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК 2. Здатність вести професійну діяльність у міжнародному та вітчизняному середовищі

Фахові компетентності (ФК):

СК 1. Здатність застосовувати у професійній діяльності категорійно-термінологічний апарат, концепції, методи та інструментарій системи наук, що формують науковий базис туризму та рекреації

СК 4. Здатність організовувати діяльність та співпрацю суб'єктів регіонального, національного та міжнародного туристичних ринків на засадах сталого розвитку з урахуванням світового досвіду

СК 6. Здатність до аналізу, прогнозування, планування бізнес-процесів та геопросторового планування у сфері туризму та рекреації

СК 7. Здатність розробляти та впроваджувати інновації в діяльності суб'єктів туристичного ринку

Програмні результати навчання (РН):

РН 2. Спеціалізовані уміння/навички розв'язання проблем, необхідні для проведення досліджень та/або провадження інноваційної діяльності з метою розвитку нових знань та процедур у сфері туризму і рекреації

РН 4. Проводити аналіз геопросторової організації туристичного процесу, проектувати його стратегічний розвиток на засадах сталості

РН 5. Здійснювати комплексний аналіз і оцінювання функціонування туристичного ринку різних ієрархічних рівнів, прогнозувати тенденції його розвитку

РН 8. Управляти процесами в суб'єктах індустрії туризму та рекреації на різних ієрархічних рівнях, які є складними, непередбачуваними і потребують нових стратегічних підходів

РН 10. Приймати ефективні рішення у сфері туризму та рекреації щодо розв'язання широкого кола проблем, зокрема безпеки і якості туристичного обслуговування

РН 12. Аналізувати, формулювати і реалізовувати національну та регіональну туристичну політику, вдосконалювати механізми управління туристичними дестинаціями на національному, регіональному та локальному рівнях.

**Структура освітнього компонента
(денна/заочна форма навчання)**

	Усього	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота	Консультації	Форма контролю/бали
Змістовий модуль 1						
Сутність туристичного ринку та особливості його функціонування						
Тема 1. Сутність, структура та функції ринку туристичних послуг	15/14	2	4/2	8/10	1/2	ДС / 4
Тема 2. Історія формування та розвитку ринку туристичних послуг	14/12	2/2	2/-	8/8	2/2	ДС / 6
Тема 3. Національні туристичні ринки: структура та типологія	13/16	2/2	4/2	6/10	1/2	ДС / 4
Модульна контрольна робота №1						Т / 20
Разом за змістовим модулем 1	42/42	6/4	10/4	22/28	4/6	34
Змістовий модуль 2						
Ринок туристичних послуг, його територіальна організація						
Тема 1. Сегментація і територіальна організація ринку туристичного попиту	13/16	2/2	2/2	8/10	1/2	ДС / 4
Тема 2. Моделі розвитку міжнародних та національних туристичних корпорацій. Географія поширення	14/10	2/-	4/-	8/8	-/2	ДС / 4
Тема 3. Аналіз ринку туристичних послуг України. Регіональний аспект	13/14	2/-	4/2	6/10	1/2	ДС / 6
Модульна контрольна робота №2						Т / 20
Разом за змістовим модулем 2	40/40	6/2	10/4	22/28	2/6	34
Змістовий модуль 3						
Регуляторні механізми ринку туристичних послуг						
Тема 1. Нові норми та стандарти діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг в умовах COVID-19: національні та міжнародні рекомендації	12/12	2/2	2/-	8/10		ДС / 4
Тема 2. Стратегічні пріоритети туристичних підприємств в поствоєнному середовищі вітчизняного ринку	15/14	2/2	4/2	8/8	1/2	ДС / 4
Тема 3. Регуляторні механізми та закономірності функціонування ринку туристичних послуг	11/12	2/-	2/-	6/10	1/2	ДС / 4
Модульна контрольна робота №3						Т / 20
Разом за змістовим модулем 3	38/38	6/4	8/2	22/ 28	2/4	32
Всього годин / Балів	120/ 120	18/ 10	28/ 10	66/ 84	8/ 16	100

*Форма контролю: ДС – дискусія, ДБ – дебати, Т – тести, ТР – тренінг, РЗ/К – розв’язування задач / кейсів, ІНДЗ / ІРС – індивідуальне завдання / індивідуальна робота студента, РМГ – робота в малих групах, МКР / КР – модульна контрольна робота/ контрольна робота, Р – реферат, а також аналітична записка, аналітичне есе, аналіз твору тощо.

Завдання для самостійного опрацювання

№ з/п	Тема	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
1.	Методика геомаркетингового аналізу туристичного підприємства	10	10
2.	Структура та територіальна організація індустрії туризму	10	10
3.	Геопросторова організація світового туристичного ринку	10	10
4.	Регуляторні механізми ринку туристичних послуг	10	10
5.	Кон’юнктура туристичного ринку	10	10
6.	Оцінка ринку туристичних послуг країни-партнера України (країна на вибір студента)	16	34
	Разом	66	84

IV. Політика оцінювання

Політика викладача щодо здобувача освіти

Політика щодо відвідування занять. Відвідування занять є одним із компонентів оцінювання, адже дає змогу отримати максимальний бал за усі види робіт.

За об’єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням деканату.

Політика щодо академічної доброчесності. Списування під час модульних контрольних робіт, іспиту заборонене. Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн опитування та виконання практичних робіт.

У конспектах самопідготовки до семінарських занять необхідно вказувати джерела отримання інформації.

Перескладання (дострокове складання) курсу відбувається з дозволу деканату за наявності поважних причин.

Політика щодо дедлайнів та перескладання: Семінарські та практичні роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (60% від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності).

Неформальна освіта при викладанні дисципліни

Визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті здійснюється відповідно до «Положення про визнання результатів навчання, отриманих у формальній, неформальній та/або інформальній освіті у Волинському національному університеті імені Лесі Українки» (https://ed.vnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/1_%D0%92%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D1%80%D0%B5%D0%B7%D1%83%D0%BB_%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B2_%D0%92%D0%9D%D0%A3_i%D0%BC._%D0%9B.%D0%A3.2_%D1%80%D0%B5%D0%B4.pdf)

Сертифікати участі у майстер-класах (семінарах, курсах тощо) на тематику, яка відповідає темам курсу, є достатньою підставою для зарахування відповідних тем.

V. Підсумковий контроль

Рейтинг студента з навчальної роботи визначається відповідно до «Положення про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів освіти Волинського національного університету імені Лесі Українки» (https://ed.vnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/07/Polozh_pro_otzin_%D0%A0%D0%B5%D0%B4_%D1%80%D0%B5%D0%B4.pdf)

[0%B4%D0%9C%D0%95%D0%94.pdf](#)).

Підсумковий контроль – *екзамен*, який проводиться в усній формі і за складання якого студент може отримати максимум *60 балів*.

Загальна оцінка підраховується як сума поточного й модульного контролю, або поточного і підсумкового контролю. Оцінка за освоєння курсу виставляється згідно шкали оцінювання.

Орієнтований перелік питань до екзамену

1. Поняття «Туристичний ринок».
2. Поняття «Ринок туристичних послуг».
3. Внутрішні чинники формування національного туристичного ринку.
4. Зовнішні чинники формування національного туристичного ринку.
5. Класифікація туристичних ринків в залежності від мети подорожі.
6. Класифікація туристичних ринків за державною ознакою.
7. Типи національних туристичних ринків.
8. Високоінтенсивні типи національних туристичних ринків.
9. Стабілізовані типи національних туристичних ринків.
10. Реформовані типи національних туристичних ринків.
11. Акумуляуючі типи національних туристичних ринків.
12. Об'єктивні умови формування туристичного попиту.
13. Суб'єктивні умови формування туристичного попиту.
14. Поняття «Світовий ринок».
15. Структура світового ринку.
16. Структура невиробничої сфери.
17. Поняття «Ринок послуг».
18. Поняття «Послуга» та основні класифікації послуг.
19. Міжнародні класифікаційні групи послуг.
20. Специфічні риси туристичних послуг.
21. Поняття «Ринок туристичних послуг».
22. Що називається туристичним продуктом.
23. Сегментування туристичного ринку.
24. Територіальна структура туристичного ринку.
25. Ієрархічні рівні геопросторової організації туризму.
26. Механізм формування та функціонування місцевого туристичного ринку.
27. Поняття «Індустрія туризму».
28. Структури індустрії туризму.
29. Класифікація засобів розміщення.
30. Транспортні послуги в туризмі.
31. Екскурсійні послуги в туризмі.
32. Послуги дозвілля в туризмі.
33. Класифікація туристичних ресурсів.
34. Класифікація природних туристичних ресурсів.
35. Класифікація інфраструктурних туристичних ресурсів.
36. Класифікація історико-культурних туристичних ресурсів.
37. Застосування загальнонаукових, міждисциплінарних і спеціальних методів.
38. Парадигми дослідження туристичного ринку.
39. Структурно-логічна схема суспільно-географічного дослідження туристичного ринку.
40. Модель реалізації компонентного системно-структурного просторово-часового аналізу регіонального туристичного тинку.
41. Принципова модель дослідження туристичного ринку.
42. Макродослідження.
43. Визначення специфіки функціонування національних і внутрінаціональних ринкових

структур.

44. Дослідження мікрорівня.
45. Схема макродослідження туристичного ринку.
46. Мета макрорегіонального аналізу.
47. Визначення характеру туристичного процесу та його територіальна диференціація як основа макрорегіонального аналізу.
48. Одиниця макрорегіонального аналізу.
49. Механізм макрорегіонального аналізу.
50. Принципи делімітації глобальних форм територіальної організації світового туристичного ринку.
51. Оцінка умов і чинників функціонування національного ринку туристичних послуг.
52. Дослідження зовнішньої функції національного ринку туристичних послуг.
53. Методика дослідження внутрішнього ринку туристичних послуг.
54. Комплексний аналіз національного туристичного ринку.
55. Показники та методика.
56. Оцінка розвитку туристичної галузі.
57. Ємність туристичного ринку.
58. Напрями розвитку та стимулювання ринкової діяльності.
59. Туристична політика.
60. Державне регулювання туристичної сфери.
61. Класифікація умов і чинників, їх вплив на формування попиту та послуги туризму.
62. Характеристика туристичного попиту.
63. Поняття «Туристичний попит».
64. Структура витрат туриста.
65. Тип і характерні ознаки поведінки споживачів туристичних послуг.
66. Функції туристичного бізнесу як складової економічного комплексу країни.
67. Туристичне споживання як результат ринкової діяльності.
68. Обсяг туристичного споживання.
69. Структура туристичного споживання.
70. Етапи витрат туриста.
71. Схема реалізації туристичних послуг і товарів у міжнародному туризмі.
72. Співвідношення попиту й пропозиції.
73. Стан рівноваги на ринку турпослуг.
74. Макрорегіональний аналіз туристичного споживання.
75. Показники розвитку міжнародного туризму.
76. Динаміка міжнародних туристичних потоків.
77. Регіональна структура туризму.

VI. Шкала оцінювання

Оцінка в балах	Лінгвістична оцінка	Оцінка за шкалою ECTS	
		оцінка	пояснення
90–100	Відмінно	A	відмінне виконання
82–89	Дуже добре	B	вище середнього рівня
75–81	Добре	C	загалом хороша робота
67–74	Задовільно	D	непогано
60–66	Достатньо	E	виконання відповідає мінімальним критеріям
1–59	Незадовільно	Fx	Необхідне перескладання

VII. Рекомендована література та інтернет-ресурси

Основна

1. Мальська М.П. Туризм у міжнародному і національному вимірах. Історія і сучасність: Монографія.- Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2017.- 268 С.
2. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг.- К.: «Альтерпрес», 2018. – 436 С.
3. Корж Н.В., Басюк Д.І. Управління туристичними дестинаціями: Підручник. – Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. – 322 с.
4. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2014. 232 с.
5. Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму.- К.:КУТЕП, 2017. – 425 С.
6. Шоробура І.М., Долинська О.О. Практикум з менеджменту: посіб. Хмельниц. гуманітар.-пед. акад. Хмельницький: Цюпак, 2017. 285 с.
7. Юхновська Ю.О. Формування та розвиток потенціалу туристичної галузі: регіональний аспект : монографія. Запоріжжя. Просвіта, 2020. 312 с.
8. Kniazevych A., Olikhovskiy V., Olikhovska M. Clustering of the economy as a means of developing an innovation infrastructure. Baltic Journal of Economic Studies. Vol. 7. No. 3 June. 2021. P. 134-139.

Додаткова

1. Лисюк Т.В., Терещук О.С., Білецький Ю.В. Організація туристичних подорожей на ринку туристичної індустрії в умовах COVID-пандемії. *Економіка та суспільство*. 2021. № 28. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-27>
2. Техніка управлінської діяльності: навч. посіб. / Д. В. Коваленко та ін.; Укр. інж.-пед. акад. Вид. 2-ге, перероб. та допов. Харків: Друкарня Мадрид, 2017. 245 с.
3. Управління бізнес-процесами підприємства: наук.-метод. посіб. / Бікулов Д.Т. та

- ін. Запоріж. нац. ун-т. Запоріжжя: Запоріж. нац. ун-т, 2017. 440 с.
4. Юхновська Ю.О. Формування та розвиток потенціалу туристичної галузі: регіональний аспект : монографія. Запоріжжя. Просвіта, 2020. 312 с.
 5. Management. Cases. Менеджмент. Ситуаційні вправи / Swiss nat. science foundation [etc.] ; [sci. ed.: Tetiana L. Mostenska, Oleksandra Ralko]. Kyiv: National univ. of food technologies, 2015. 130 p.
 6. Kniazevych A., Olikhovskiy V., Olikhovska M. Clustering of the economy as a means of developing an innovation infrastructure. *Baltic Journal of Economic Studies*. Vol. 7. No. 3 June. 2021. P. 134-139.

Інформаційні ресурси

1. Миронов Ю.Б. Маркетинг в туризмі: Конспект лекцій. URL: tourlib.net/books_ukr/mark_tur04.htm
2. Любцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). К. : Альтерпрес, 2002. 436 с. URL: tourlib.net/books_ukr/lubiceva_rtp12.htm
2. 7 природних чудес України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://web.archive.org/web/20140407082756/http://7chudes.in.ua/top100chudesUkraineNature>
3. Все про туризм: туристична бібліотека [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tourlib.net>
4. Офіційний сайт ЮНЕСКО. Центр Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://whc.unesco.org>
5. Закон України «Про туризм» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1282-15>.
6. Федерація спортивного туризму України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.fstu.org.ua>.
7. Зелений туризм // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ruraltourism.com.ua>.
8. Світова організація туризму. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.unwto.org/>
9. Департамент туризму та курортів Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.me.gov.ua/Documents/MoreDetails?lang=uk-UA&id=2c48859c-3471-4508-8d0d60df67c47e84&title=ProUpravlinniaTurizmuTaKurortiv>
10. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

