

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки
Кафедра туризму та готельного господарства

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-педагогічної і
навчальної роботи та рекрутації,

проф. Гаврилюк С. В. _____

Протокол № __ від _____ 2017 р.

ПРОГРАМА

вибіркової навчальної дисципліни

Ринок туристичних послуг

підготовки магістра

спеціальності 242 Туризм

освітньої програми Туризм

підготовки магістра

спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа

освітньої програми Готельно-ресторанна справа

Програма навчальної дисципліни “Ринок туристичних послуг” підготовки магістра, галузі знань *24 Сфера обслуговування*, спеціальності *242 Туризм*, за освітньою програмою *Туризм*; підготовки магістра, галузі знань *24 Сфера обслуговування*, спеціальності *241 Готельно-ресторанна справа*, за освітньою програмою *Готельно-ресторанна справа*.

Розробник: кандидат географічних наук, доцент кафедри туризму та готельного господарства Терещук О.С..

Рецензент: кандидат географічних наук, доцент кафедри економічної та соціальної географії Слащук А. М.

Програма навчальної дисципліни затверджена на засіданні кафедри туризму та готельного господарства протокол № 1 від 29 серпня 2017 р.

Завідувач кафедри: _____ д.геогр.н., проф. Ільїн Л.В.

Програма навчальної дисципліни схвалена науково-методичною комісією географічного факультету протокол № 1 від 13 вересня 2017 р.

Голова науково-методичної комісії факультету _____ к.геогр.н., доц. Поручинський В.І.

Програма навчальної дисципліни схвалена науково-методичною радою Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Таблиця 1

Денна форма навчання

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни
		Денна форма навчання
Кількість кредитів – 4	Галузь знань: 24 Сфера обслуговування Спеціальність: 241 Готельно-ресторанна справа Освітня програма: Готельно-ресторанна справа	Вибіркова
Модулів – 3		Рік підготовки – 1
Змістових модулів – 2		Семестр – 11
ІНДЗ: є		Лекції – 18 год.
Загальна кількість годин – 120	Галузь знань: 24 Сфера обслуговування Спеціальність: 242 Туризм Освітня програма: Туризм	Практичні – 28 год.
Тижневих годин: аудиторних – 2,5	магістр	Самостійна робота – 66 год.
		Консультації – 8 год.
		Форма контролю: залік

Таблиця 2

Заочна форма навчання

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни
		Заочна форма навчання
Кількість кредитів – 4	Галузь знань: 24 Сфера обслуговування Спеціальність: 241 Готельно-ресторанна справа Освітня програма: Готельно-ресторанна справа	Вибіркова
ІНДЗ: немає		Рік підготовки – 1
		Семестр – 11
		Лекції – 8 год.
Загальна кількість годин – 120	Галузь знань: 24 Сфера обслуговування Спеціальність: 242 Туризм Освітня програма: Туризм	Практичні – 14 год.
	магістр	Самостійна робота – 84 год.
		Консультації – 14 год.
		Форма контролю: залік

2. АНОТАЦІЯ КУРСУ

Питання геопросторової організації розглядаються побічно, розчиняючись в економічних дослідженнях, тоді як за умов глобалізації та інтенсифікації розвитку туризму значення територіального аспекту його функціонування зростає. Саме тому дисципліна “Ринок туристичних послуг” вивчає геопросторові аспекти розвитку туризму, специфіку формування та механізми функціонування територіальних ринків туристичних послуг різного ієрархічного рівня.

Метою дисципліни є формування теоретичних знань і практичних навичок зі збору кон'юнктурної інформації, аналітичного опрацювання даних економічних оглядів, поглиблене вивчення особливостей методології і набуття практичного досвіду організації та проведення моніторингу міжнародних туристичних ринків; використання сучасних методик для здійснення моніторингу та прогнозування коливання попиту та пропозиції на світовому ринку туристичних послуг з метою прийняття адекватних економічній ситуації підприємницьких рішень.

Предметом вивчення дисципліни є вивчення національного ринку туристичних послуг, тому значну увагу приділено структурам і типології національних ринків як складових світового туристичного процесу, закономірностям їх формування, функціонування та територіальної організації.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни “Ринок туристичних послуг” є:

- 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.

Після вивчення курсу студент повинен **знати**:

- загальний взаємозв'язок процесів і явищ у світовій економіці та їх вплив на кон'юнктуру ринку туристичних послуг; кількісні та якісні характеристики основних ринкових процесів; основні ознаки та особливості міжнародних туристичних ринків;

- загальні та специфічні методи кон'юнктурного аналізу та прогнозу світового ринку туристичних послуг.

Студент повинен **вміти**:

- забезпечити постійне і безупинне спостереження за кон'юктурою світового ринку туристичних послуг;
- аналізувати загальні економічні процеси на світовому ринку туристичних послуг;
- інтерпретувати зміни економічної кон'юктури на світовому ринку туристичних послуг з урахуванням принципів системності, цілеспрямованості, безперервності, комплексності, гнучкості;
- охарактеризувати вектор і швидкість зміни основних параметрів міжнародних ринків туристичних послуг;
- виявити причинно-наслідкові зв'язки у розвитку кон'юктури світового ринку туристичних послуг;
- виділити головні умови, що визначають ринкову ситуацію у туризмі;
- сформулювати висновки щодо перспектив розвитку світового ринку туристичних послуг.

Знання, отримані при вивченні дисципліни, сприятимуть більш якісному освоєнню фахових дисциплін, підготовці наукових статей та здійсненню досліджень в магістерських роботах.

Міждисциплінарні зв'язки: курс «Ринок туристичних послуг» має тісний зв'язок з іншими дисциплінами фундаментальної, природничо-наукової підготовки бакалавра та магістра, такими як «Міжнародний туризм», «Міжнародний туристичний бізнес», «Рекреаційна географія», «Туристичне країнознавство», «Інформаційні системи та технології в туризмі та готельній індустрії», «Туроперейтинг».

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 120 годин / 4 кредитів ECTS.

3. КОМПЕТЕНЦІЇ

Протягом вивчення дисципліни «Ринок туристичних послуг» у здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня повинні сформуватися такі компетентності:

Загальні:

- здатність учитися, здобувати нові знання, уміння, у тому числі в галузях, відмінних від природничо-економічних;
- здатність вирішувати проблеми у професійній діяльності на основі абстрактного мислення, аналізу, синтезу та прогнозу;
- здатність до пошуку, обробки і аналізу інформації з різних джерел, що необхідна для розв'язування наукових і професійних завдань;

Спеціальні (фахові)

- систематичної роботи з різноманітними джерелами кон'юктурної інформації щодо світового ринку туристичних послуг;
- збору і накопичення кон'юктурної інформації щодо світового ринку туристичних послуг;
- використання кон'юктурних показників та індикаторів для аналізу та оцінки стану ринкової ситуації у міжнародному туризмі;
- підготовки прогнозів кон'юктури щодо основних тенденцій розвитку

світового ринку туристичних послуг;

- складання звітів за результатами дослідження кон'юнктури світового ринку туристичних послуг, оглядів кон'юнктури, аналітичних довідок та інших документів.

Знання, отримані при вивченні дисципліни, сприятимуть більш якісному освоєнню фахових дисциплін, підготовці наукових статей та здійсненню досліджень в магістерських роботах.

4. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Таблиця 3

Структура навчальної дисципліни для денної форми навчання

Тема	Кількість годин				
	Усього	У тому числі			
		Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота	Консультації
Змістовий модуль I. Науково-теоретичні основи ринку туристичних послуг					
Тема 1. Ринок туристичних послуг, його територіальна організація	9	2	2	5	–
Тема 2. Індустрія туризму - основа розвитку національного ринку туристичних послуг	15	2	2	10	1
Тема 3. Структура і типологія національних туристичних ринків	10	2	2	5	1
Тема 4. Методика макрорегіональних досліджень туристичного ринку	15	2	2	10	1
Змістовий модуль II. Геопросторова організація туристичного процесу					
Тема 1. Умови і чинники формування попиту	8	2	–	5	1
Тема 2. Сегментація і територіальна організація ринку туристичного попиту	15	2	2	10	1
Тема 3. Регуляторні механізми ринку туристичних послуг	15	2	2	10	1
Тема 4. Кон'юнктура туристичного ринку	16	2	8	5	1
Тема 5. Регіональні особливості споживання туристичних послуг	17	2	8	6	1
Всього	120	18	28	66	8

Структура навчальної дисципліни для заочної форми навчання

Тема	Кількість годин				
	Усього	У тому числі			
		Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота	Консультації
Змістовий модуль I. Науково-теоретичні основи ринку туристичних послуг					
Тема 1. Ринок туристичних послуг, його територіальна організація	8	2	2	4	–
Тема 2. Індустрія туризму - основа розвитку національного ринку туристичних послуг	13	-	2	10	1
Тема 3. Структура і типологія національних туристичних ринків	13	2	-	10	1
Тема 4. Методика макрорегіональних досліджень туристичного ринку	13	-	2	10	1
Змістовий модуль II. Геопросторова організація туристичного процесу					
Тема 1. Умови і чинники формування попиту	13	-	2	10	1
Тема 2. Сегментація і територіальна організація ринку туристичного попиту	16	2	-	10	4
Тема 3. Регуляторні механізми ринку туристичних послуг	14	-	2	10	2
Тема 4. Кон'юнктура туристичного ринку	14	-	2	10	2
Тема 5. Регіональні особливості споживання туристичних послуг	16	2	2	10	2
Всього	120	8	14	84	14

5. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ОПРАЦЮВАННЯ

1. Опрацювання теоретичних основ лекційного матеріалу.
Перевірка здійснюється під час тестового контролю і оцінюється відповідною кількістю балів.
2. Підготовка до занять, виконання індивідуальних лабораторних та самостійних завдань
Перевірка здійснюється під час виконання лабораторних занять. Якість, кількість і терміни виконання враховуються при виставленні поточної оцінки за відповідний змістовий модуль.
3. Систематизація вивченого матеріалу перед з іспитом
Перевірка здійснюється під час іспиту.

6. ВИДИ (ФОРМИ) ІНДИВІДУАЛЬНИХ НАУКОВО-ДОСЛІДНИХ ЗАВДАНЬ (ІНДЗ)

Індивідуальна робота студента-магістра полягає у виконанні індивідуальних завдань стосовно тематики по кожному із змістових модулів із використанням комп'ютерних технологій. Кожному студенту необхідно виконати індивідуально-дослідне завдання (країна за вибором студента), яке складається з наступних частин:

1. Проаналізувати особливості розвитку конкурентоспроможності регіонального ринку туристичних послуг.
2. Провести оцінку ефективності функціонування ринку туристичних послуг та основних напрямів туризму в країні.
3. Дати характеристику туристичної інфраструктури, як фундаментальної основи формування конкурентоспроможності ринку туристичних послуг.

7. РОЗПОДІЛ БАЛІВ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Оцінювання знань студентів з навчальних дисциплін здійснюється на основі результатів поточного контролю й модульного контролю знань.

Результати поточного контролю: оцінки за виконання студентом лабораторних робіт; оцінка за виконання і захист ІНДЗ.

Оцінювання практичних робіт кожного змістового модуля здійснюється за 12-ти та 10-ти бальною шкалою (1–3 бали – початковий рівень компетенції, 4–6 балів – середній рівень компетенції, 7–9 – достатній, 10–12 – високий рівень компетенції). Перші 5 практичних робіт оцінюється в 12 балів. Максимальна кількість балів за 14 лабораторних робіт становить 160. Для переведення цих балів у шкалу ECTS використовуємо перевідний коефіцієнт 0,2 ($160 \times 0,2 = 32$ бали).

Оцінка ІНДЗ складає 8 балів за шкалою ECTS. З них 2 балів відводиться на оцінку за дотримання вимог до оформлення роботи; 2 бали відводиться за вчасну здачу роботи (2 бали – робота здана у передбачений термін, 0 балів –

робота нездана у передбачений термін); 4 балів – на оцінку змісту роботи та рівня знань студента при її захисті.

Результати модульного контролю:

- оцінка за виконання тестових завдань змістового модуля 1;
- оцінка за виконання контрольної роботи змістового модуля 2;

Контрольна робота (тести) кожного змістового модуля оцінюється в 30 балів (20 тестових завдань по 1 балу і 5 тестових завдань по 2 бали).

Підсумкова оцінка складається з поточної модульної оцінки (максимум – 40 балів) і контрольної модульної оцінки (максимум – 60 балів). Якщо у підсумку виконання всіх видів навчальної роботи з даної дисципліни студент набирає не менше 75 балів, то вона може бути зарахована як підсумкова оцінка з навчальної дисципліни. У протилежному випадку, або за бажанням підвищити рейтинг, студент складає іспит. При цьому бали, набрані за результатами модульних контрольних робіт, анулюються. Екзаменаційна оцінка визначається в балах (від 0 до 60) за результатами виконання екзаменаційних завдань.

Таблиця 5

Оцінювання

Поточний контроль (мах = 40 балів)								Модульний контроль (мах = 60 балів)		Загальна сума балів	
М 1				М 2				М 3			
32 балів (160 *0,2)								8 балів			
Перевідний коефіцієнт – 0,20								ІНДЗ	МКР 1		МКР 2
ЗМ 1			ЗМ 2								
Т1	Т 2	Т 3	Т 7	Т 8	Т 9	Т 10	Т 11	8	30	30	100
12	12	12	10	10	10	10	10				
Т 4	Т 5	Т 6	Т 12	Т 13	Т 14						
12	12	10	10	10	10						

М – модуль, ЗМ – змістовий модуль, Т – тема,
ІНДЗ – індивідуальне науково-дослідне завдання

Шкала оцінювання (національна та ECTS)

Оцінка в балах за всі види навчальної діяльності	Для заліку
90 – 100	Зараховано
82 – 89	
75 – 81	
67 -74	
60 – 66	
1 – 59	Незараховано (з можливістю повторного складання)

8. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Горіна Г.О. Світовий ринок туристичних послуг [Текст] : конспект лекцій / Г.О. Горіна ; ДонНУЕТ. – КривийРіг, 2016. – 110 с.
2. Гонтаржевська Л. І. Ринок туристичних послуг в Україні / Л. І. Гонтаржевська. – Донецьк : Східний видавничий дім, 2008. – 180 с.
3. Дмитриев М.Н. Экономика туристского рынка: учебник для вузов / М.Н. Дмитриев, М.Н. Забаева, Е.Н. Малыгина. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : ЮНИТИ, 2010. – 311 с.
4. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу / Л. П. Дядечко. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 224 с
5. Любіцева О.О. Потенціал рекреаційний // Екологічна енциклопедія: у 3 т. / редколегія: А.В. Толстоухов (гол. ред.) та ін. / О.О. Любіцева. – К.: – ТОВ «Центр екологічної освіти та інформації», 2008. – Т. 3: О-Я. – С. 129-130.
6. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг / Любіцева О. О. – К. : Альтерпрес, 2006. – 436 с.
7. Любіцева О.О. Геопросторова організація туристичного процесу 2003 года: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора геогр. наук: 11.00.02 / О.О. Любіцева. – К., 2003. – 29 с.
8. Любіцева О. Туристичні ресурси України: навч. посібник /О. Любіцева, Є. Панкова, В. Стафійчук. – К.: Альтерпрес, 2007. – 369 с.
9. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика : навч. посіб. / М. П. Мальська, В. В. Худо. – Київ : ЦУЛ, 2007. – 424 с.
10. Мальська М. П. Особливості туристичних послуг: проблеми пов'язані з їх просуванням / М. П. Мальська, Ю. С. Занько // Географія і туризм:

- європейський досвід. Матеріали II міжнар. наук. конф. – (Львів– Славське, 25–28 вересня 2008 р.). – Львів : Вид. центр ЛНУ, 2008. – С. 87–89.
11. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник / М.П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. – К. : Знання, – 661 с.
 12. Мальська М. П. Організація туристичного обслуговування : підручник / М. П. Мальська, В. В. Худо, Ю. С. Занько. – К. : Знання, 2011. – 275 с.
 13. Мальська М. П. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика) : підручник / М. П. Мальська, О. М. Гаталяк, Н. М. Ганич. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 304 с.
 14. Мальська М. П. Актуальні проблеми управління туристичною індустрією: навчальний посібник / М. П. Мальська, І. С. Пурська. – Львів : Вид. центр ЛНУ, 2006. – 78 с.
 15. Мальська М.П. Туризм у міжнародному і національному вимірах. Історія і сучасність/: М.П. Мальська, М.Й. Рутинський, Н.М. Паньків: Монографія. – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2008. – 266 с.
 16. Тарасенок, А. И. Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности туристической дестинации : учеб.-метод. пособие / А. И. Тарасенок. – Минск : РИПО, 2014. – 144 с.
 17. Федорченко В. К. Туризмоліогія: концептуальні засади теорії туризму : монографія / В. К. Федорченко, В. С. Пазенок, О. А. Кручек, М. П. Мальська та ін. / К. : ВЦ “Академія”, 2013. – 368 с.

Додаткова

1. Агафонова Л. Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навч. посіб. / Агафонова Л. Г., Агафонова О. Є. – К. : Знання України, 2002. – 358 с.
2. Бутко І. І. Туристический бізнес: основи організації / Бутко І. І. – Изд. 2-е. – Ростов н/Д : Феникс, 2008. – 384 с.
3. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу / Дядечко Л. П. – К. : Центр навч. л-ри, 2007. – 224 с.
4. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / Кифяк В. Ф. – Чернівці : Книги – ХХІ, 2003. – 300 с.
5. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія / Тетяна Іванівна Ткаченко. – 2-ге вид., випр. і допов. – К. : Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2009. – 463 с.
6. Україна: конкурування в світовій економіці – Стратегії успіху / Агентство США з міжнародного розвитку USAID UKRANE. – К. : [б. в.], 2005. – 172 с.
7. Устименко Л. М. Історія туризму : навч. посіб. / Устименко Л. М., Афанасьєв І. Ю. – К. : Аль-терпрес, 2005. – 320 с.
8. Холловой Дж. Туристический бизнес : пер. с 7-го англ. изд. / Холловой Дж., Тейлор Н. – К. : Знання, 2007. – 798 с.

9. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії : навч. посіб. / Школа І. М. – Чернівці : [б. в.], 2003. – 662 с.
10. Державна служба статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрана.
11. Міністерство культури і туризму України «Підсумки туристичного сезону 2015 року» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/publish/article/225433;jsessionid=0D83FF45195E032487951CE94852260C>. – Назва з екрана.
12. Міністерство культури і туризму України «Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні на сучасному етапі» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/publish/article/183853;jsessionid=CBACCE6697D400A116E060EE2C513F8C>. – Назва з екрана.
13. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015 World Economic Forum. – Geneva : [s. l.], 2015. – 501 с. 20. Travel & Tourism Economic Impact 2016 Ukraine / World Travel & Tourism Council. – London : [s. l.], 2016. – 24 с.

9. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО ЕКЗАМЕНУ

1. Об'єкт, предмет та завдання предмету «Ринок туристичних послуг».
2. Функції ринку туристичних послуг.
3. Ринок послуг як складова світового ринку. Специфічність послуг, їх основні класифікації.
4. Характерні ознаки та головні особливості туристичного ринку.
5. Функції ринку туристичних послуг.
6. Критерії класифікації туристичних підприємств та організацій як суб'єктів ринку туристичних послуг
7. Інфраструктура туристичного ринку та її складові.
8. Економічний механізм функціонування ринку туристичних послуг.
9. Попит та пропозиція на ринку туристичних послуг. Зони туристичного попиту.
10. Туристичні підприємства як суб'єкти ринку туристичних послуг.
11. Сегментація ринку туристичних послуг.
12. Формування ринку туристичних послуг.
13. Етапи становлення ринку туристичних послуг.
14. Етапи розвитку ринку туристичних послуг.
15. Основні тенденції ринку туристичних послуг.
16. конкурентоспроможність туристичного ринку.
17. конкурентоспроможність туристичного підприємства.
18. Сутність і чинники формування національного ринку туристичних послуг.

19. Характеристика типів національних ринків.
20. Класифікаційні ознаки туристичного ринку.
21. Типологічні ознаки національних туристичних ринків.
22. Методика макрорегіональних досліджень туристичного ринку.
23. Методика дослідження національного туристичного ринку.
24. Оцінка умов і чинників функціонування національного турринку.
25. Комплексний аналіз рівня розвитку національного ринку.
26. Визначення напрямів розвитку турринку, стимулювання ринкової діяльності.
27. Методика геомаркетингового аналізу туристичного підприємства.
28. Сегментація ринку туристичних послуг.
29. Послідовність інформаційного забезпечення маркетингових досліджень.
30. Етапи дослідження ринку.
31. Обґрунтування і вибір маркетингової політики.
32. Оцінка ефективності маркетингової політики туристичного підприємства.
33. Класифікація умов і чинників формування попиту.
34. Структура витрат туриста.
35. Характеристика основних сегментів туристичного попиту.
36. Тип і характерні ознаки поведінки споживачів туристичних послуг.
37. Основні принципи сегментації ринку туристичного попиту.
38. Характеристика основних сегментів ринку попиту.
39. Територіальна диференціація та концентрація туристичного попиту.
40. Генеруючі та реціпієнтні ринки.
41. Мотиваційні групи споживачів за ціннісними туристичними пріоритетами.
42. Особливості туристичного освоєння і етапність формування просторової організації туристичного споживання.
43. Зони туристичного споживання.
44. Поняття “тур”. Класифікація турів.
45. Принципи та етапи розробки турів.
46. Класифікація маршрутів.
47. Ціноутворення тур-продукту, формування асортименту туроператора
48. Розрахунок точки беззбитковості на рівні групового туру
49. Розрахунок точки беззбитковості на рівні фірми
50. Методи ціноутворення
51. Основні етапи просування туру на ринок.
52. Життєвий цикл турпродукту. Відмінність туристичної послуги від туристичного продукту.
53. Структура світового ринку послуг.
54. Ринок послуг в структурі світового господарства.
55. Характеристика суб'єктів туристичного ринку.
56. Головні риси туристичного попиту.
57. Типи сезонних концентрацій туристичного попиту на ринку

туристичних послуг.

58. Ринкова рівновага і механізм попиту та пропозиції .

59. Міжнародні організації та співробітництво на ринку туристичних послуг.

60. Сучасні тенденції українського ринку туристичних послуг.

61. Механізм обігу коштів на ринку туристичних послуг.

62. Особливості обігу інформації на ринку турпослуг.

63. Маркетинг туристичного ринку.

64. Кон'юнктура як інструмент оцінки стану ринкового середовища.

61. Конкурентоспроможність турпродукту.

62. Оцінка конкурентоспроможності України на субрегіональному ринку.

63. Конкурентні позиції України на туристичному ринку країн Центральної та Східної Європи.

64. Сутність туристичного споживання.

65. Обсяг і структура туристичного споживання.

67. Співвідношення попиту і пропозиції. Правило Вальраса.

68. Основні показники, що характеризують туристичний процес на світовому господарському рівні.

69. Комплексний аналіз рівня розвитку національного ринку туристичних послуг.

70. Умови та чинники формування кон'юнктури ринків різного рівня.

71. Механізми регулювання ринку туристичних послуг.

72. Індустрія туризму та характеристика її складових.

73. Територіальна організація індустрії туризму та її елементів.

74. Структура туристичного ринку України.

75. Схема функціонування ринку туристичних послуг.