

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. _____
« ____ » _____ 2015 р.

РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

РОБОЧА ПРОГРАМА
вибіркової навчальної дисципліни
підготовки бакалавра
напряму 6.140103 «Туризм»

Робоча програма навчальної дисципліни Ринок туристичних послуг для студентів галузі знань 1401 – «Сфера обслуговування», напрямку підготовки 6.140103 – «Туризм»
” ” , 2015 р. - ____с.

Розробник: Терешук О.С. кандидат географічних наук, доцент кафедри туризму та готельного господарства Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

Рецензент: Слащук А.М. кандидат географічних наук, доцент кафедри економічної та соціальної географії Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

Програма навчальної дисципліни затверджена на засіданні кафедри туризму та готельного господарства

протокол № 1 від 31 серпня 2015 р.

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

Програма навчальної дисципліни схвалена науково-методичною комісією географічного факультету

протокол № 1 від 9 вересня 2015 р.

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

Програма навчальної дисципліни схвалена науково-методичною радою університету

протокол № ____ від ____ . ____ . 2015 р.

Вступ

Програма навчальної дисципліни “Ринок туристичних послуг,” складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки **бакалавр** спеціальності “Туризм”.

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.

Предметом вивчення навчальної 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.

Міждисциплінарні зв'язки: країнознавством, основами туризму, рекреаційною географією, туристичним країнознавством, туристсько-рекреаційними ресурсами світу, інформаційними системами та технологіями в туризмі та готельній індустрії, маркетингом туризму, менеджментом туризму.

Програма навчальної дисципліни складається з таких **змістових модулів:**

1. Науково-теоретичні основи вивчення ринку туристичних послуг
2. Методичні засади дослідження ринку туристичних послуг
3. Геопросторова організація туристичного процесу

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
		денна форма навчання
Кількість кредитів 3	1401 «сфера обслуговування»	вибіркова
Модулів 2	6.1401030 «Туризм»	Рік підготовки 4
Змістових модулів 3		Семестр 7
ІНДЗ: немає		Лекції 36 год.
Загальна кількість годин 108		Семінари 36 год.
Тижневих годин (для денної форми навчання):	бакалавр	Самостійна робота 18 год.
Аудиторних 4		Консультації 18 год.
самостійної роботи 1.1 консультації 1.1		Форма контролю: екзамен

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни “Ринок туристичних послуг” є сформувати у студентів теоретичні знання і практичні навички у сфері знань про туристичні ринки світу, що передбачає ознайомлення з різноманітними туристичними формальностями для виїзду українців закордон та прийняття іноземців нашою державою, туристичної ситуації та політики окремих держав і регіонів світу, географією туристичних ринків світу та перспективами розвитку стратегічно важливого для нашої держави міжнародного туризму.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни “Ринок туристичних послуг” є дати студентам:

- 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

1.3. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати :

- структурно-логічну схему геопросторового дослідження туристичного ринку;
- методiku макрорегіональних досліджень туристичного ринку;
- методiku дослідження національного туристичного ринку;
- методiku геомаркетингового аналізу туристичного підприємства;
- умови та чинники формування попиту туристичного ринку;
- класифікацію турів;

вміти :

- проаналізувати розподіл і рух туристичних потоків у межах України та у світі;
- розрахувати потреби населення країни чи регіону в туристичних послугах;
- оцінювати вплив туристичної галузі на економіку регіону та країни;
- розробляти тури;
- аналізувати ринок туристичних послуг.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 108 годин / 3 кредитів ECTS.

3. Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Науково-теоретичні основи ринку туристичних послуг

Тема 1. Ринок туристичних послуг, його територіальна організація (2 год)

Ринок як форма організації споживання: класифікація, структура, ієрархія. Поняття світового ринку. Загальна схема взаємодії ринкових сторін. Структура світового ринку. Ринок послуг як складова світового ринку. Структура невиробничої сфери. Поняття “послуги”. Основні класифікації послуг. Специфічні ознаки послуги. Класифікаційні групи послуг. Ринок послуг у структурі світового господарства. Особливості сфери послуг на сучасному етапі економічного розвитку. Специфіка туристичної послуги, характерні ознаки туристичного ринку. Взаємодія туристичного ринку і території. Поняття туристичної діяльності. Стадії туристичного обслуговування. Таксономічна система рекреаційних районів. Територіальна структура туристичного ринку. Ієрархічні рівні геопросторової організації туризму. Механізм формування та функціонування місцевого туристичного ринку.

Тема 2. Індустрія туризму — основа розвитку національного ринку туристичних послуг (2 год)

Формування національного туристичного ринку. Поняття “індустрія туризму”. Індустрія туризму як міжгалузевий комплекс, її місце і роль у господарському комплексі країни. Структура індустрії туризму. Характеристика складових індустрії туризму. Внутрікомплексні зв'язки індустрії туризму. Державна туристична політика. Туристична галузь як організаційно-інституційна підсистема. Поняття “гостинність”. Складові гостинності. Послуги розміщення і харчування. Класифікація засобів розміщення туристів. Транспортні послуги. Експерсійні послуги. Послуги дозвілля. Поняття “туристичні ресурси”, “рекреаційні ресурси”. Класифікація туристичних ресурсів. Поняття “георозмаїття”. Зв'язок індустрії туризму з господарським комплексом території. Територіальна організація індустрії туризму, її елементи. Взаємозв'язок туризму з національною економікою. Сутність і чинники формування національного ринку туристичних послуг.

Тема 3. Структура і типологія національних туристичних ринків (2 год)

Поліструктурність туристичного ринку. Сучасна класифікація туризму. Класифікаційні ознаки туристичного ринку. Типологічні ознаки національних туристичних ринків. Характеристика типів національних туристичних ринків.

Змістовий модуль 2. Методичні засади дослідження ринку туристичних послуг

Тема 1. Структурно-логічна схема геопросторового дослідження туристичного ринку. (2 год)

Застосування загальнонаукових, міждисциплінарних і спеціальних методів. Парадигми дослідження туристичного ринку. Структурно-логічна схема суспільно-географічного дослідження туристичного ринку. Модель реалізації компонентного системно-структурного просторово-часового аналізу регіонального туристичного ринку. Принципова модель дослідження туристичного ринку. Макродослідження. Дослідження стану і напрямів розвитку національного ринку як складової регіонального та глобального

ринків туристичних послуг. Визначення специфіки функціонування національних і внутрінаціональних ринкових структур. Дослідження мікрорівня.

Тема 2. Методика макрорегіональних досліджень туристичного ринку (2 год)

Методика дослідження туристичного ринку макрорівня - визначення тенденцій, характеру міжнародних туристичних потоків і особливостей формування геопросторових структур. Схема макродослідження туристичного ринку. Мета макрорегіонального аналізу. Визначення характеру туристичного процесу та його територіальна диференціація як основа макрорегіонального аналізу. Одиниця макрорегіонального аналізу. Механізм макрорегіонального аналізу. Європа, Америка, Африка, Східна Азія і Тихоокеанській басейн, Близький Схід, Південна Азія як туристичні макрорегіони. Принципи делімітації глобальних форм територіальної організації світового туристичного ринку.

Тема 3. Методика дослідження національного туристичного ринку(4 год)

Оцінка умов і чинників функціонування національного ринку туристичних послуг. Дослідження зовнішньої функції національного ринку туристичних послуг. Методика дослідження внутрішнього ринку туристичних послуг. Комплексний аналіз національного туристичного ринку. Показники та методика. Оцінка розвитку туристичної галузі. Ємність ринку. Визначення напрямів розвитку та стимулювання ринкової діяльності. Туристична політика. Державне регулювання туристичної сфери.

Тема 4. Методика геомаркетингового аналізу туристичного підприємства(4 год)

Методи вивчення попиту. Вторинна і первинна інформація, її обробка, представлення і аналіз. Макросередовище діяльності туристичного підприємства. Методи оцінки середовища ринкової діяльності. Матриця оцінки конкурентного середовища туристичного підприємства. Матриця оцінки ринку постачальників послуг і товарів туристського призначення. Обґрунтування і вибір маркетингової стратегії. Маркетингова політика туристичного підприємства. Оцінка ефективності маркетингової політики. Рекламна діяльність туристичного підприємства. Класифікація видів реклами в туризмі. Послідовність інформаційного забезпечення маркетингових досліджень. Етапи дослідження ринку. Інформаційне забезпечення маркетингових досліджень ринку туристичних послуг.

Змістовий модуль 3. Геопросторова організація туристичного процесу

Тема 1. Умови і чинники формування попиту_(2 год)

Класифікація умов і чинників, їх вплив на формування попиту та послуги туризму. Стиль життя як інтегральний чинник туристичного попиту. Критерії класифікації стилів життя. Характеристика туристичного попиту. Поведінка споживачів. Структура витрат туриста. Мотиваційні пріоритети і процес прийняття рішень. Тип і характерні ознаки поведінки споживачів туристичних послуг.

Тема 2. Сегментація і територіальна організація ринку туристичного попиту (2 год)

Сегментування туристичного ринку. Типи туристів. Поняття, вимоги та обмеження туристичного ринку. Види сегментування туристичного ринку. Сегментування за географічною ознакою. Сегментування за геодемографічною ознакою. Сегментування за демографічною ознакою. Сегментування за соціально-економічною ознакою. Сегментування за психографічною ознакою. Сегментування за поведінковою ознакою. Багатомірне сегментування. Методи сегментування туристичного ринку. Сутність туристичного попиту, основні риси. Потреби і попит. Споживчий вибір в туризмі. Сучасні тенденції туристичного попиту

Тема 3. Регуляторні механізми ринку туристичних послуг_(2 год)

Обіг грошей, інформації та маркетингова діяльність суб'єктів туристичного ринку. Схема грошових надходжень. Характер фінансових відносин суб'єктів туристичного ринку. Механізм обігу коштів на ринку турпослуг. Форми міжнародного руху капіталу. Загальна схема руху капіталу в міжнародному туризмі. Обіг інформації на ринку турпослуг. Комунікаційна система на ринку турпослуг. Умови ринкового середовища туристичної діяльності. Умови діяльності туристичного підприємства на ринку послуг. Типи маркетингу у сфері послуг. Ключові детермінанти сприйняття якості послуг. Роль персоналу і система підготовки кадрів для туризму. Сучасні рівні підготовки кадрів для туристичної галузі.

Тема 4. Кон'юнктура туристичного ринку_(2 год)

Кон'юнктура як інструмент оцінки стану ринкового середовища. Кон'юнктурна структура ринку. Умови та чинники формування кон'юнктури ринків різного рівня. Конкурентоспроможність турпродукту. Наскрізна система забезпечення конкурентоспроможності. Стратифікація конкурентних позицій на туристичному ринку. Вплив реклами на ефективність туризму. Оцінка конкурентоспроможності України на субрегіональному ринку. Показники розвитку туризму в україноцентричному субрегіоні. Динаміка зовнішньої торгівлі послугами країн - сусідів України. Структура та динаміка туристичного потоку в країнах - сусідів України. Динаміка туристичних потоків у країнах регіонального субринку. Динаміка надходжень від туризму в країнах регіонального субринку. Регіональна структура туристичного процесу в україноцентричному субрегіоні. Конкурентні позиції України на туристичному ринку країн Центральної та Східної Європи

Тема 5. Регіональні особливості споживання туристичних послуг_(2 год)

Туристичне споживання як результат ринкової діяльності. Обсяг туристичного споживання. Структура туристичного споживання. Етапи витрат туриста. Схема реалізації туристських послуг і товарів у міжнародному туризмі. Співвідношення попиту й пропозиції. Правило Вальраса. Стан рівноваги на ринку турпослуг. Макрорегіональний аналіз туристичного споживання. Показники розвитку міжнародного туризму. Динаміка міжнародних туристичних потоків. Регіональна структура туризму.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин						
	Усього	у тому числі					
		Лек.	Семін.	Лаб.	Консультації.	Сам. роб.	Контр. роб.
1	2	3	4	5	6	7	8
Змістовий модуль 1. <u>Науково-теоретичні основи ринку туристичних послуг</u>							
Тема 1. Ринок туристичних послуг, його територіальна організація	12	2	2			1	
Тема 2. Індустрія туризму - основа розвитку національного ринку туристичних послуг	12	4	4		2	1	
Тема 3. Структура і типологія національних туристичних ринків	14	4	2		2	1	
Разом за змістовим модулем 1	38	10	8		4	3	
Змістовий модуль 2. <u>Методичні засади дослідження ринку туристичних послуг</u>							
Тема 4. Структурно-логічна схема геопросторового дослідження туристичного ринку	12	2	4		2	1	
Тема 5. Методика макрорегіональних досліджень туристичного ринку	8	2	2		2	1	
Тема 6. Методика дослідження національного туристичного ринку	14	2	2		2		
Тема 7. Методика геомаркетингового аналізу туристичного підприємства	10	4	2			1	
Разом за змістовим модулем 2	44	10	10		6	4	
Змістовий модуль 3. <u>Геопросторова організація туристичного процесу</u>							
Тема 8. Умови і чинники формування попиту	12	2	4		2	2	
Тема 9. Сегментація і територіальна організація ринку туристичного попиту	14	4	4		2	2	
Тема 10. Регуляторні механізми ринку туристичних послуг	12	2	2			2	
Тема 11. Кон'юнктура туристичного ринку	16	4	4		2	2	
Тема 12. Регіональні особливості споживання туристичних послуг	14	4	4		2	2	
Разом за змістовим модулем 3	68	16	18		8	1	
Усього годин	150	36	36		18	18	

5. Теми практичних робіт

№ з/п	Тема	Кількість годин
1	Ринок туристичних послуг США	2
2	Ринок туристичних послуг Німеччини	2
3	Ринок туристичних послуг Туреччини	2
4	Ринок туристичних послуг Франції	2
5	Ринок туристичних послуг Болгарії	2
6	Ринок туристичних послуг Єгипту	2
7	Ринок туристичних послуг Скандинавії	4
8	Ринок туристичних послуг Іспанії	2
9	Ринок туристичних послуг Індії	2
10	Ринок туристичних послуг Індонезії	2
11	Ринок туристичних послуг ПАР	2
12	Ринок туристичних послуг Росії	2
13	Ринок туристичних послуг Північної Африки	4
14	Ринок туристичних послуг Японії	2
15	Ринок туристичних послуг Близького Сходу	2
16	Ринок туристичних послуг України	2
	Разом	36

5. Консультації

№ з/п	Тема	Кількість годин
1	Спеціалізовані туристичні ринки Європи	3
2	Спеціалізовані туристичні ринки Азії	3
3	Спеціалізовані туристичні ринки Америки	3
4	Спеціалізовані туристичні ринки СНД	3
5	Спеціалізовані туристичні ринки Африки	3
6	Спеціалізовані туристичні ринки Близького Сходу	3
	Разом	18

6. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	2	3
1	Функції туризму, умови та актори його розвитку 1.1. Сучасні підходи до визначення туризму 1.2. Основні поняття та визначення в туризмі: турист, туризм, туристична діяльність, туристична і паратуристична інфраструктура, туристична	2

	індустрія, туристичні ресурси, суб'єкт туристичної діяльності 1.3. Основні засади туристичної економіки 1.4. Функції туризму в суспільстві 1.5. Соціально-економічні проблеми розвитку туризму в суспільстві	
2	Організація ринку туристичних послуг 2.1. Міжнародна система послуг 2.2. Специфіка виробництва та постачання туристичних послуг 2.3. Туристичний консорціум та корпорація 2.4. Попит на туристичні послуги та специфіка його формування 2.5. Споживчі вимоги до якості туристичних послуг	1
3	Класифікації в туризмі 3.1. Класифікація туризму за різними ознаками: за спрямованістю туристичних потоків, за охопленням території, за терміном подорожі, за сезонністю, за ступенем організованості, за демографічним та соціальним складом учасників подорожі, за формою організації подорожі та обслуговування, за засобом пересування, за метою подорожі 3.2. Класифікація маршрутів та турів за територіальною ознакою, за вибором засобів пересування, за сезонністю, за тривалістю, за змістом програм, за складом учасників подорожі, за формою організації подорожі, за побудовою траси маршруту 3.3. Туроператорська та турагентська діяльність: особливості її здійснення 3.4. Договірні відносини в туризмі: договір на туристичне обслуговування (договір з туристом), який укладається між туроператором та туристом; між турагентом і туристом; агентський договір, який укладається між туроператором і турагентом; договір на екскурсійне обслуговування	3
4	UNWTO та її роль у міжнародній туристичній політиці 4.1. Всесвітня туристська організація (ВТО): принципи діяльності 4.2. Статут ВТО. Напрями діяльності, цілі й завдання ВТО 4.3. Керівні органи ВТО 4.4. Характеристика членів ВТО 4.5. Робоча програма й оперативна діяльність ВТО	1
5	Міжнародні туристські організації 5.1. Міжнародна інтеграція та глобалізаційні процеси в туризмі 5.2. Роль та значення Європейської комісії з туризму, Європейської туристської групи, Асоціації з розвитку та координації європейських туристських обмінів 5.3. Роль та значення Туристської асоціації країн Азії і Тихого океану, Туристської асоціації країн Східної Азії	1
	5.4. Роль та значення Асоціації туристської індустрії Америки, Конфедерації туристських організацій Латинської Америки, Карибської туристичної організації 5.5. Роль та значення Арабського туристського союзу, Панафриканської туристської організації, Африканської асоціації подорожей та ін. 5.6. Характеристика Міжнародного бюро з молодіжного туризму і обмінів	2
6	Міжнародні документи у сфері туризму 6.1. Інструменти регулювання міжнародної туристської діяльності: міжнародні декларації, міжнародні конвенції 6.2. Міжнародні документи UNWTO, які обумовлюють перспективи розвитку туристської сфери в світі 6.3. Хартія туризму. Кодекс туриста. Глобальний етичний кодекс туризму тощо 6.4. Туристські міжнародні ярмарки та виставки	2
7	Міжнародні, регіональні та національні показники розвитку туризму 7.1. Історія розвитку статистики міжнародного туризму	2

	7.2. Концепція статистики міжнародного туризму 7.3. Основні статистичні одиниці туризму 7.4. Статистика туристських потоків 7.5. Статистика туристичних доходів та витрат	
8	Історичні передумови виникнення та розвитку туристської системи України 8.1. Мандрівництво в Україні як прообраз туризму (IX-XIX ст.) 8.2. Початок організованого туризму (кін. XIX – поч. XX ст.) 8.3. Розвиток туризму в Україні в міжвоєнний період (1918 – 1939 рр.) 8.4. Основні напрями розвитку туризму в повоєнний період (1950-1960 рр.) 8.5. Зоряний час розвитку радянського туризму (1970-1980 рр.) 8.6. Сучасний стан розвитку туризму в Україні (1990 р. – по тепер. час)	1
9	Туристська політика України на сучасному етапі 9.1. Стан розвитку туризму в Україні 9.2. Державні органи регулювання туристської діяльності 9.3. Державна програма розвитку туризму 9.4. Недержавні громадські організації та їх місце у регулюванні туристської сфери 9.5. Членство України у ВТО та інших організаціях з метою розвитку туризму	1
10	Механізм державного регулювання туризму 10.1. Організаційно-правовий механізм регулювання туристської діяльності 10.3. Соціальний механізм регулювання туризму. Зарубіжний досвід у формування туристських пакетів для різних соціальних груп 10.4. Економіко-екологічний механізм регулювання туризму	1
11	Порядок ліцензування туристської діяльності та сертифікації туристських послуг 11.1. Ліцензійні умови та правила їх виконання 11.2. Сертифікація та стандартизація складових індустрії туризму 11.3. Порядок надання туристських послуг. Регіональні та місцеві правила та інструкції	1
	Всього годин	18

7. Методи навчання

У відповідності з характером пізнавальної діяльності студентів, під час вивчення дисципліни «Ринок туристичних послуг» застосовуємо різноманітні методи навчання, а саме:

- словесні;
- наочні;
- практичні;
- пояснювально-ілюстративний;
- репродуктивний;
- проблемно-пошуковий;
- частково-пошуковий;
- дослідницький;
- методи оволодіння новими знаннями, формування вмінь і навичок, перевірки та оцінювання знань, умінь і навичок;
- методи усного викладу знань, закріплення навчального матеріалу, самостійної роботи студентів;
- осмислення й засвоєння нового матеріалу, робота із застосування знань на практиці та вироблення вмінь і навичок, перевірки та оцінювання знань, умінь і навичок;

- методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності; стимулювання й мотивація учіння, контролю, самоконтролю, взаємоконтролю і корекції, самокорекції, взаємокорекції у навчанні.
- бінарні, інтегровані (універсальні) методи;
- метод ілюстрації - допоміжний метод при словесному методі, його значення полягає в яскравішому викладенні та показі власної думки. Засоби ілюстрації (картинки, таблиці, моделі, муляжі, малюнки тощо);
- індуктивні та дедуктивні методи;
- методи програмованого навчання;
- методи проблемного навчання;
- методи інтерактивного (комунікативного) навчання.
-

8. Форма підсумкового контролю успішності навчання

Формою підсумкового контролю успішності навчання є екзамен.

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.

10. Методи та засоби діагностики успішності навчання

Засоби діагностики успішності навчання – завдання для практичних занять, тестові комплекти завдань для контрольних модульних робіт, індивідуальні завдання, теми рефератів, екзаменаційні білети.

Такими завданнями є насамперед професійні задачі, що моделюють реальні ситуації, з якими може зустрітися випускник у практичній екскурсійній діяльності.

З метою діагностики успішності студентів використовуються:

- 1) тематичні письмові самостійні роботи;
- 2) підсумкове опитування студентів по тематиці змістових модулів.

У процесі оцінювання знань студентів враховується: обсяг відомостей, оперування поняттями, категоріями, фактами, основними теоріями, законами, закономірностями й принципами, змістова характеристика методів, процедур та методики дій, щодо використання теоретичних і практичних знань у майбутній практичній екскурсійній діяльності.

До критеріїв оцінювання знань відносимо: своєчасність виконання завдань, самостійність, оригінальність мислення, відповідальність, уміння відстоювати свою думку, глибину засвоєння теоретичних знань (це перевіряється тестуванням), уміння структуровано викладати матеріал, використовувати наочність.

До факторів, що забезпечують ефективність рейтингової системи під час вивчення дисципліни «Міжнародний туризм» відносимо такі:

- чітке формулювання мети вивчення предмета;
- побудова таксономії цілей та завдань навчання;
- стандартизація знань із предмета, що вивчається;
- розроблення чітких критеріїв оцінювання знань студента;
- надання можливості кожному студентові реалізувати свої здібності (так спланувати час, щоб кожен мав змогу одержати оцінку за виконане завдання, щоб не було таких, хто не встиг і тому не отримав балів);
- можливість урахувати в рейтингу моральні якості особистості (тобто реалізувати виховний аспект навчання), адже важливо, щоб майбутній фахівець не тільки здобув певні знання, але й сформував необхідні для професійної діяльності особистісні якості – самостійність, творчість, нестандартність мислення та ін.

Модульна форма організації навчання передбачає поділення матеріалу дисципліни на навчальні модулі – самостійні (відносно автономні) логічно завершені розділи або блоки тем дисципліни з відповідною системою організації навчально-пізнавальної діяльності, інформаційно-методичного забезпечення, діагностики та контролю навчального процесу. Чітке визначення дози навчального матеріалу, обсягу індивідуальних завдань, вимог до знань і вмінь, які студент має сформувати та продемонструвати після завершення роботи над модулем, регламентація навчального процесу сприяють систематичній роботі студентів, планомірному засвоєнню матеріалу дисципліни «Міжнародний туризм».

Кожен змістовий модуль містить такі компоненти:

- навчально-організаційний блок, що містить загальну інформацію про зміст, план, регламент вивчення матеріалу;
- теоретичний блок, який охоплює інформаційно-змістовну частину модуля, що подає розгорнуте висвітлення вузлових питань курсу;
- методичний блок, що містить рекомендації щодо застосування наявних теоретичних і практичних знань, склад яких визначається особливостями конкретного навчального середовища, а також коментований перелік літератури, який орієнтує студентів у наявній навчальній та науковій літературі;
- блок підтримки (практичний) – містить банк завдань для індивідуальної роботи, вправи, конкретні ситуації, тести, анкети, роздатковий матеріал, підсумкові завдання

проблемного характеру, виконання яких вимагає використання теоретичних знань та практичних умінь і навичок, набутих під час засвоєння матеріалу даного змістового модуля.

11. Розподіл балів, які отримують студенти

Оцінювання знань студентів з навчальної дисципліни здійснюється на основі результатів поточного контролю і модульного контролю знань.

Результати поточного контролю:

- оцінки за підготовку до практичних занять;
- оцінка за виконання самостійної роботи.

Оцінювання *підготовки до практичного заняття* враховує наявність письмової доповіді на питання й рівень компетентності у ньому. Оцінювання здійснюється за 2-бальною шкалою (1 бал – достатній, 2-3 бали – високий рівень компетенції у питаннях). Максимальна кількість балів за 18 тем практичних занять становить 40.

Результати модульного контролю:

- оцінка за виконання контрольної роботи змістового модуля 1;
- оцінка за виконання контрольної роботи змістового модуля 2.

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 (семінарських занять, індивідуальної та самостійної роботи, модульних контрольних робіт) з даної дисципліни студент набирає не менше 60 балів, то, за письмовою згодою студента, вона може бути зарахована як підсумкова оцінка з навчальної дисципліни. У протилежному випадку, або за бажанням підвищити рейтинг, студент складає екзамен. При цьому бали, набрані за результатами модульних контрольних робіт, анулюються. Оцінка за екзамен визначається в балах (від 0 до 60) за результатами відповідей на питання екзаменаційного білету.

Оцінювання

Поточний контроль (мах = 40 балів)															Модульний контроль (мах = 60 балів)			Загальна кількість балів					
Модуль 1															Модуль 2								
Змістовий модуль 1					Змістовий модуль 2					Змістовий модуль 3					МК Р 1	МК Р 2	МКР 3						
Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	20	15	25	100
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3				

Шкала оцінювання (національна та ECTS)

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсової роботи (проекту), практики	для заліку
90 – 100	A	Відмінно	Зараховано
82 – 89	B	Добре	
75 - 81	C		
67 -74	D	Задовільно	
60 - 66	E		
1 – 59	Fx	Незадовільно	Незараховано (з можливістю повторного складання)

12. Список джерел

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. Туризмолія: 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 бизнес: основы организации / 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/art](http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/publish/article/183853;jsessionid=CBACCE6697D400A116E060EE2C513F8C)

[icle/183853;jsessionid=CBACCE6697D400A116E060EE2C513F8C](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.