

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Директор Навчально-наукового інституту міжнародних відносин ім. Б.Д. Гаврилишина  
Ірина ІВАЦІУК

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023 р.



**ЗАТВЕРДЖУЮ**

В. о. проректора з науково-педагогічної роботи  
Віктор ОСТРОВЕРХОВ

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023 р.



**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Директор навчально-наукового інституту новітніх освітніх технологій

Святослав ПИТЕЛЬ

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023 р.



**РОБОЧА ПРОГРАМА**  
**з дисципліни**  
**«Міжнародний туризм»**

Ступінь вищої освіти - магістр  
Галузь знань: 24 «Сфера обслуговування»  
Спеціальність: 242 «Туризм»  
Освітня програма: «Міжнародний туризм»  
Кафедра міжнародного туризму і готельного бізнесу

Форма навчання	Курс	Семестр	Лекції	Практ.	ІРС	Тренінг	СРС	Заг. Кількість год.	Екзамен
Денна ТМ-11	5	1	30	15	5	4	96	150	1
Заочна	5	1	8	4			138	150	1

**Тернопіль 2023**

Робоча програма складена на основі освітньо-професійної програми « Міжнародний туризм» підготовки магістра галузі знань 24 Сфера обслуговування, спеціальності 242 Туризм і рекреація, затвердженої Вченою радою ЗУНУ (протокол №10 від 23.06.2023р.)

Робочу програму склала д.е.н., професор, професор кафедри міжнародних економічних відносин Юрій ГУМЕНЮК

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри міжнародних економічних відносин, протокол № 1 від 29 .08.2023

Завідувач кафедри к.е.н., доцент



Оксана ГУГУЛ

Розглянуто та схвалено групою забезпечення спеціальності 242 «Туризм і рекреація», протокол №1 від 29.08.2023 р.

Голова групи забезпечення спеціальності,  
к.е.н., доц.



Оксана ГУГУЛ

Гарант ОПП, к.е.н., доцент



Оксана ГУГУЛ

## Структура робочої програми навчальної дисципліни «Міжнародний туризм»

### 1. Опис дисципліни

Мета і завдання вивчення дисципліни «Міжнародний туризм»

<b>Дисципліна «Міжнародний туризм»</b>	<b>Галузь знань, спеціальність, СВО</b>	<b>Характеристика навчальної дисципліни</b>
Кількість кредитів ECTS – 5	<i>галузь знань – 24«Сфера обслуговування»</i>	<b>Статус дисципліни</b> обов'язкова <b>Мова навчання</b> українська
Кількість залікових модулів – 4	<i>спеціальність 242. – «Туризм» освітньо-професійна програма – «Міжнародний туризм»</i>	Рік підготовки – 1 курс <i>Денна – 1</i> Семестр: <i>Денна – 1</i>
Кількість змістових модулів – 3	<i>ступінь вищої освіти – магістр</i>	Лекції: <i>Денна – 30</i> Практичні заняття: <i>Денна – 30</i>
Загальна кількість годин - 150		Самостійна робота: <i>Денна – 81</i> Індивідуальна робота – 5 Тренінг – 4
Тижневих годин: Денна форма навчання - 8, з них аудиторних – 3		Вид підсумкового контролю – екзамен

## **1. Мета і завдання дисципліни «Міжнародний туризм»**

### **1.1. Мета вивчення дисципліни.**

**Метою дисципліни «Міжнародного туризму»** є ознайомлення студентів з найважливішими питаннями, пов'язаними із міжнародним туризмом, та особливостями світової туристичної індустрії, формування сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань у галузі міжнародного туристичного бізнесу, вміння досліджувати та аналізувати світовий туристичний ринок, використовувати новітні інформаційні технології ведення бізнесу, які забезпечують високу конкурентоспроможність та стабільне положення підприємства на світовому ринку.

### **2.2. Завдання вивчення дисципліни:**

Основними завданнями дисципліни є: засвоєння теоретичної та практичної інформації щодо ведення міжнародного туристичного бізнесу. Спрямована на формування системи знань щодо новітніх методів розробки та реалізації тур продуктів, особливостей співпраці туристичного підприємства з діловими партнерами, тощо.

### **Найменування та опис компетентностей, формування котрих забезпечує вивчення дисципліни «Міжнародний туризм»:**

згідно з чинним законодавством готувати засновницькі документи й реєструвати підприємства з урахуванням особливостей різних організаційно-правових форм господарювання та засновувати об'єднання туроператорів і туристичних агентів з метою кооперування;

готувати документи до укладання угод з закордонними постачальниками і споживачами послуг, забезпечувати їх реалізацію та оперативний контроль виконання;

проводити інструктування підлеглих співробітників і туристів з дотримання правил техніки безпеки;

### **Результати навчання:**

використовувати оргтехніку, документально оформлювати управлінські рішення, вести кореспонденцію ;

застосовувати сучасні комп'ютерні технології при розробці міжнародних туристичних ланцюгів;

формувати бази стандартів, технічних умов, відстежувати зміни до них;

вивчати й застосовувати досвід міжнародних турпідприємств, які входять до глобальних світових ланцюгів;

визначати вплив факторів зовнішнього середовища на результати діяльності туристського підприємства.

### **2.3. Завдання лекційних занять.**

Мета проведення лекцій полягає у тому, щоб ознайомити студентів з сучасними тенденціями світового туристичного ринку та особливостями ведення міжнародного туристичного бізнесу.

**2.4. Передумови вивчення дисципліни полягають у тому, щоб** ознайомити студентів з сучасними тенденціями світового туристичного ринку та особливостями ведення міжнародного туристичного бізнесу.

### **3. Зміст дисципліни «Міжнародний туризм»**

#### ***ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДИСЦИПЛІНИ***

##### **ТЕМА 1. МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ ЯК ФОРМА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН**

Понятійний апарат міжнародного туристичного бізнесу. Види міжнародного туризму. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму. Вплив світових глобалізаційних процесів на розвиток міжнародного туристичного бізнесу. Соціально-економічна роль туризму. Фактори розвитку міжнародного туризму.

##### **ТЕМА 2. СЕРЕДОВИЩЕ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ ТА ТЕНДЕНЦІЇ ЙОГО РОЗВИТКУ**

Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму. Міжнародні туристичні заходи та кампанії. Прогнози розвитку міжнародного туризму. Індекс конкурентоспроможності країн на міжнародному туристичному ринку. Процеси трансформаціоналізації та глобалізації в міжнародному туризмі. Транснаціональні компанії на ринку міжнародного туризму. ТНК в готельному господарстві. Вплив туристичних ТНК на національну економіку. Процеси глобалізації в світовому туризмі.

##### **ТЕМА 3. СУБ'ЄКТИ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ**

Постачальники туристичних послуг. Виробники туристичних послуг (туристичні бази, бази відпочинку та спорту, лікувально-оздоровчі установи, об'єкти турвідвідувань). Спеціалізовані суб'єкти підприємництва, що надають послуги з розміщення туристів (готелі, пансіонати, мотелі, санаторії, тощо). Підприємства харчування (кафе, ресторани, їдальні, тощо). Підприємства транспорту (авіаційного, автомобільного, залізничного, річкового, морського). Підприємства та установи сфери дозвілля та культурні заклади. Торгівельні підприємства що спеціалізуються на реалізації товарів для туристів. Діяльність посередників в міжнародному туризмі. Туристичні оператори та тур агенції. Страхові компанії. Рекламно-інформаційні підприємства.

##### **ТЕМА 4. ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ ЯК СКЛАДОВА ПРОПОЗИЦІЇ В МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ**

Економічна сутність турпродукту як різновидності товару. Життєвий цикл туристичного продукту. Вимоги до організації турів, національні та міжнародні рекомендації та стандарти.

##### **ТЕМА 5. РЕГУЛЮВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ НА НАЦІОНАЛЬНОМУ ТА СВІТОВОМУ РІВНІ**

Всесвітня туристична організація (ВТО). Загальна резолюція Конференції ООН з міжнародного туризму і подорожах. Хартія туризму. Реалізація державної політики в галузі туризму. Основні цілі державного регулювання в галузі туризму. Пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму. Мінімальний розмір фінансового забезпечення туроператора та турагента.

## ***ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ***

### **ТЕМА 6. ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ТА ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Цілі та завдання туристичного підприємства на туристичному ринку. Види туристичних підприємств та їх особливості. Розробка засновницьких документів та державна реєстрація туристичного підприємства. Фінансово-економічні аспекти створення туристичного підприємства. Ліцензування та сертифікація. Вибір облікової політики туристичного підприємства. Розробка цінової політики туристичного підприємства. Основні вимоги до офісу й персоналу туристичного підприємства. Випадки і порядок ліквідації туристичного підприємства

### **ТЕМА 7. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ СПІВПРАЦІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ ПОСЛУГ**

Критерії оцінки та відбору ділових партнерів та постачальників. Особливості співпраці з зовнішніми туроператорами та тур агентами. Організація співпраці з готелями, санаторно-курортними комплексами та іншими засобами розміщення туристів. Особливості організації співпраці з транспортними компаніями. Організація співпраці зі страховими компаніями. Співпраця з фінансовими організаціями та банківськими установами.

### **ТЕМА 8. ДОГОВІРНІ ВІДНОСИНИ В МІЖНАРОДНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ**

Характеристика договірних документів у галузі туризму. Вимоги до укладення договорів. Договірні відносини між туристичними підприємствами. Договірні відносини між туристичними підприємствами і підприємствами зовнішнього середовища. Договірні відносини між туристичними підприємствами і споживачами туристських послуг

### **ТЕМА 9. ПРОЕКТУВАННЯ, РОЗРОБКА ТА ФОРМУВАННЯ ТУРПАКЕТУ**

Тур-пакет: поняття та основні характеристики. Складові тур-пакету. Етапи розробки тур-пакету. Документальне оформлення та основні вимоги до розробки тур-пакетів. Туристичні ваучери. Туристичні формальності. Розробка програми туру.

## **ТЕМА 10. СТРАХУВАННЯ В МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ**

Загальна характеристика системи страхування в туризмі. Страховий поліс. Умови страхування туристів. Страхування професійної відповідальності туристичного підприємства. Методи оцінки надійності страхових компаній

## **ТЕМА 11. УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Формування збутової мережі. Вибір каналів збуту тур-продукту. Підбір партнерів зі збуту. Власна збутова мережа. Реалізація заходів стимулювання збуту і рекламної кампанії. Каталог туристичного підприємства як основний носій інформації для просування турів. Презентація турпродукту. Прямі продажі. Участь у виставках. Брендінг та формування фірмового стилю. Формування конкурентних переваг на ринку. Віртуальний маркетинг. Організація інфотурів.

## **ТЕМА 12. ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ФОРМА ОРГАНІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ**

Види та особливості формування франчайзингових систем підприємств Види франчайзингових систем та особливості їх організації. Зміст процесу формування франчайзингової системи з позиції життєвого циклу франчайзингу. Модель формування франчайзингової системи . Економічне обґрунтування проекту франчайзингової системи. Фінансова винагорода як елемент франчайзингових відносин. Оцінювання ефективності придбання та використання франшизи. Інформаційне забезпечення процесу обрання франшизи. Показники оцінювання економічної ефективності діяльності франчайзингових підприємств. Послідовність оцінювання пріоритетності франшиз. Особливості організації готельно-ресторанного та туристичного бізнесу на засадах франчайзингу. Суть, значення та переваги готельних ланцюгів у готельному господарстві. Історія розвитку готельних ланцюгів. Сучасні тенденції розвитку світових готельних мереж. Сучасні тенденції та перспективи розвитку готельних ланцюгів в Україні. Принципи формування ресторанної мережі, її показники. Етапи створення ресторанної франчайзингової мережі. Особливості організації турагентських мереж в Україні

## **ТЕМА 13. НОВІТНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИЗМІ**

Використання програмного забезпечення та можливостей мережі Інтернет з метою планування, розробки, організації та просування турів. Комп'ютерні системи резервування (бронювання) на міжнародному туристичному ринку: AMADEUS, Worldspan, Galileo. Сфери застосування інформаційних технологій в туристичному бізнесі.

4. Структура залікового кредиту дисципліни ” Міжнародний туризм”  
денна форма навчання (денна форма навчання)

Тема	Лекції	Практич-ні заняття	Індиві-дуальна робота	Самостій-на робота	контроль-ні заходи
<i>Змістовий модуль 1</i>					
Тема 1. МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ ЯК ФОРМА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН	2	2	-	6	
Тема 2. СЕРЕДОВИЩЕ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ ТА ТЕНДЕНЦІЇ ЙОГО РОЗВИТКУ	2	2	1	6	
Тема 3. СУБ'ЄКТИ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ	4	4	1	6	Модуль 1 2 год.
<i>Змістовий модуль 2</i>					
Тема 4. ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ ЯК СКЛАДОВА ПРОПОЗИЦІЇ В МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ	4	4	1	6	
Тема 5. РЕГУЛЮВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ НА НАЦІОНАЛЬНОМУ ТА СВІТОВОМУ РІВНІ	2	2		6	
Тема 6. ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ТА ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА	2	2		6	
<i>Змістовий модуль 3</i>					
Тема 7. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ СПІВПРАЦІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ ПОСЛУГ	2	2	-	6	
Тема 8. ДОГОВІРНІ ВІДНОСИНИ В МІЖНАРОДНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ	2	2	1	6	Модуль 2 (РКР) – 2 год.
Тема 9. ПРОЕКТУВАННЯ, РОЗРОБКА ТА ФОРМУВАННЯ ТУРПАКЕТУ	2	2	1	6	Модуль 3 (КПІЗ) – 2 год.
ТЕМА 10. СТРАХУВАННЯ В МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ	2	2		6	
ТЕМА 11. УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА	2	2		6	
Тема 12 ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК форма організації міжнародного туризму ФОРМА	2	2		6	



<b>МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ</b>					
Тема 13 НОВІТНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИЗМІ	2	2		9	
<b>Разом</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>5</b>	<b>81</b>	

## Тематика практичних завдань

### Практичне заняття 1.

#### **ТЕМА: МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ ЯК ФОРМА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН**

**Мета:** засвоєння теоретичної та практичної інформації щодо сучасних тенденцій розвитку міжнародного туристичного бізнесу

#### **Питання для обговорення:**

1. Понятійний апарат міжнародного туристичного бізнесу.
2. Види міжнародного туризму.
3. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму.
4. Вплив світових глобалізаційних процесів на розвиток міжнародного туристичного бізнесу.
5. Соціально-економічна роль туризму. Фактори розвитку міжнародного туризму.

*Література: [1-20]*

### Практичне заняття 2.

#### **ТЕМА: СЕРЕДОВИЩЕ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ ТА ТЕНДЕНЦІЇ ЙОГО РОЗВИТКУ**

**Мета:** засвоєння теоретичної та практичної інформації щодо середовища міжнародного туристичного бізнесу та тенденцій його розвитку

#### **Питання для обговорення:**

1. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму.
2. Міжнародні туристичні заходи та кампанії.
3. Прогнози розвитку міжнародного туризму.
4. Індекс конкурентоспроможності країн на міжнародному туристичному ринку.
5. Процеси трансформаціоналізації та глобалізації в міжнародному туризмі.
6. Транснаціональні компанії на ринку міжнародного туризму.
7. ТНК в готельному господарстві.
8. Вплив туристичних ТНК на національну економіку.
9. Процеси глобалізації в світовому туризмі.

*Література: [1-20]*

### Практичне заняття 3.

#### **ТЕМА: СУБ'ЄКТИ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ**

**Мета:** засвоєння теоретичної та практичної інформації щодо діяльності суб'єктів міжнародного туризму.

#### **Питання для обговорення:**

1. Постачальники туристичних послуг.

2. Виробники туристичних послуг (туристичні бази, бази відпочинку та спорту, лікувально-оздоровчі установи, об'єкти турвідвідувань).
3. Спеціалізовані суб'єкти підприємництва, що надають послуги з розміщення туристів (готелі, пансіонати, мотелі, санаторії, тощо).
4. Підприємства харчування (кафе, ресторани, їдальні, тощо).
5. Підприємства транспорту (авіаційного, автомобільного, залізничного, річкового, морського).
6. Підприємства та установи сфери дозвілля та культурні заклади.
7. Торгівельні підприємства що спеціалізуються на реалізації товарів для туристів.
8. Діяльність посередників в міжнародному туризмі.
9. Туристичні оператори та тур агенції.
10. Страхові компанії.
11. Рекламно-інформаційні підприємства.

*Література: [1-20]*

#### **Практичне заняття .**

#### **ТЕМА: ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ ЯК СКЛАДОВА ПРОПОЗИЦІЇ В МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМУ**

**Мета:** засвоєння теоретичної та практичної інформації щодо особливостей тур продукту як складової пропозиції в міжнародному туризмі.

#### **Питання для обговорення:**

1. Економічна сутність турпродукту як різновидності товару.
2. Життєвий цикл туристичного продукту.
3. Вимоги до організації турів, національні та міжнародні рекомендації та стандарти.

*Література: [1-20]*

#### **Практичне заняття 5.**

#### **ТЕМА: РЕГУЛЮВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ НА НАЦІОНАЛЬНОМУ ТА СВІТОВОМУ РІВНІ**

**Мета:** засвоєння теоретичної та практичної інформації щодо регулювання міжнародного туризму на національному та світовому рівнях

#### **Питання для обговорення:**

1. Всесвітня туристична організація (ВТО).
2. Загальна резолюція Конференції ООН з міжнародного туризму і подорожжя.
3. Хартія туризму.
4. Реалізація державної політики в галузі туризму.
5. Основні цілі державного регулювання в галузі туризму.
6. Пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму.
7. Мінімальний розмір фінансового забезпечення туроператора та турагента.

*Література: [1-20]*

### **Практичне заняття 6.**

#### **ТЕМА: ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ТА ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

**Мета:** засвоєння теоретичної та практичної інформації щодо організаційних засад створення та діяльності туристичного підприємства на міжнародному ринку туристичних послуг

#### **Питання для обговорення:**

1. Цілі та завдання туристичного підприємства на туристичному ринку.
2. Види туристичних підприємств та їх особливості.
3. Розробка засновницьких документів та державна реєстрація туристичного підприємства.
4. Фінансово-економічні аспекти створення туристичного підприємства.
5. Ліцензування та сертифікація.
6. Вибір облікової політики туристичного підприємства.
7. Розробка цінової політики туристичного підприємства.
8. Основні вимоги до офісу й персоналу туристичного підприємства.
9. Випадки і порядок ліквідації туристичного підприємства

*Література: [1-20]*

### **Практичне заняття 7.**

#### **ТЕМА: ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ СПІВПРАЦІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ ПОСЛУГ**

**Мета:** засвоєння теоретичної та практичної інформації щодо організації співпраці туристичного підприємства з постачальниками послуг

#### **Питання для обговорення:**

1. Критерії оцінки та відбору ділових партнерів та постачальників.
2. Особливості співпраці з зовнішніми туроператорами та тур агентами.
3. Організація співпраці з готелями, санаторно-курортними комплексами та іншими засобами розміщення туристів.
4. Особливості організації співпраці з транспортними компаніями.
5. Організація співпраці зі страховими компаніями.
6. Співпраця з фінансовими організаціями та банківськими установами.

*Література: [1-20]*

### **Практичне заняття 8.**

#### **ТЕМА: ДОГОВІРНІ ВІДНОСИНИ В МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ.**

**Мета:** засвоєння теоретичної та практичної інформації щодо договірних відносин в міжнародному туризмі.

#### **Питання для обговорення:**

1. Характеристика договірних документів у галузі туризму. Вимоги до укладення договорів
2. Договірні відносини між туристичними підприємствами

3. Договірні відносини між туристичними підприємствами і підприємствами зовнішнього середовища
4. Договірні відносини між туристичними підприємствами і споживачами туристських послуг

*Література: [1-20]*

#### **Практичне заняття 9.**

#### **ТЕМА: ПРОЕКТУВАННЯ, РОЗРОБКА ТА ФОРМУВАННЯ ТУРПАКЕТУ**

**Мета:** засвоєння теоретичної та практичної інформації щодо технології проектування, розробки та формування турпаketу

#### **Питання для обговорення:**

1. Тур-пакет: поняття та основні характеристики.
2. Складові тур-паketу.
3. Етапи розробки тур-паketу.
4. Документальне оформлення та основні вимоги до розробки тур-паketів.
5. Туристичні ваучери.
6. Туристичні формальності.
7. Розробка програми туру.

*Література: [1-20]*

#### **Практичне заняття 10.**

#### **ТЕМА: СТРАХУВАННЯ В МІЖНАРОДНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ**

**Мета:** засвоєння теоретичної та практичної інформації щодо страхування в міжнародному туристичному бізнесі та забезпечення безпеки подорожуючих

#### **Питання для обговорення:**

1. Загальна характеристика системи страхування в туризмі.
2. Страховий поліс.
3. Умови страхування туристів.
4. Страхування професійної відповідальності туристичного підприємства.
5. Методи оцінки надійності страхових компаній

*Література: [1-20]*

#### **Практичне заняття 11.**

#### **ТЕМА: УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

**Мета:** засвоєння теоретичної та практичної інформації щодо управління збутовою діяльністю туристичного підприємства

#### **Питання для обговорення:**

1. Формування збутової мережі.
2. Вибір каналів збуту тур-продукту.
3. Підбір партнерів збуту.

4. Власна збутова мережа.
5. Реалізація заходів стимулювання збуту і рекламної кампанії.
6. Каталог туристичного підприємства як основний носій інформації для просування турів.
7. Презентація турпродукту.
8. Прямі продажі.
9. Участь у виставках.
10. Брендінг та формування фірмового стилю.
11. Формування конкурентних переваг на ринку.
12. Віртуальний маркетинг.
13. Організація інфотурів.

*Література: [1-20]*

### Практичне заняття 12.

**ТЕМА: ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ФОРМА ОРГАНІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ**

**Мета:** засвоєння теоретичної та практичної інформації щодо організації міжнародного туризму на засадах франчайзингу

### Питання для обговорення:

1. Види та особливості формування франчайзингових систем підприємств.
2. Види франчайзингових систем та особливості їх організації.
3. Зміст процесу формування франчайзингової системи з позиції життєвого циклу франчайзингу.
4. Модель формування франчайзингової системи.
5. Економічне обґрунтування проекту франчайзингової системи.
6. Фінансова винагорода як елемент франчайзингових відносин.
7. Оцінювання ефективності придбання та використання франшизи.
8. Інформаційне забезпечення процесу обрання франшизи.
9. Показники оцінювання економічної ефективності діяльності франчайзингових підприємств.
10. Послідовність оцінювання пріоритетності франшиз.
11. Особливості організації готельно-ресторанного та туристичного бізнесу на засадах франчайзингу.
12. Суть, значення та переваги готельних ланцюгів у готельному господарстві.
13. Історія розвитку готельних ланцюгів.
14. Сучасні тенденції розвитку світових готельних мереж.
15. Сучасні тенденції та перспективи розвитку готельних ланцюгів в Україні.
16. Принципи формування ресторанної мережі, її показники.
17. Етапи створення ресторанної франчайзингової мережі.
18. Особливості організації турагентських мереж в Україні

*Література: [1-20]*

### Практичне заняття 13.

#### ТЕМА: НОВІТНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИЗМІ

**Мета:** засвоєння теоретичної та практичної інформації щодо використання новітніх інформаційних технологій в міжнародному туризмі.

#### Питання для обговорення:

1. Використання програмного забезпечення та можливостей мережі Інтернет з метою планування, розробки, організації та просування турів.
2. Комп'ютерні системи резервування (бронювання) на міжнародному туристичному ринку: AMADEUS, Worldspan, Galileo.
3. Сфери застосування інформаційних технологій в туристичному бізнесі.

*Література: [1-20]*

#### 6. Комплексне практичне індивідуальне завдання

Комплексні практичні індивідуальні завдання з дисципліни «Міжнародний туризм» виконуються самостійно кожним студентом та передбачають формування тур пакету та його документальну підготовку до реалізації кінцевому споживачу. КПЗ охоплює усі основні теми дисципліни «Організація міжнародного туризму». КПЗ оформлюється у відповідності з встановленими вимогами. Виконання КПЗ є одним із обов'язкових складових модулів залікового кредиту.

Мета комплексного практичного індивідуального завдання (КПЗ) – систематизація, закріплення та розширення теоретичних знань з актуальних питань курсу «Організація міжнародного туризму», набуття практичних навиків самостійної роботи. Воно передбачає створення умов для повної реалізації творчих можливостей студента через індивідуально-спрямований розвиток його здібностей, науково-дослідну і творчу діяльність.

#### 7. Самостійна робота

1. Виникнення та етапи розвитку міжнародного туризму.
2. Географічні фактори розвитку міжнародного туризму. Географія світових туристських потоків. Туризм із метою відпочинку і розваг. Європа. Америка. Азійсько-Тихоокеанський регіон. Африка, Близький Схід та Південна Азія. Спортивний туризм. Міжнародні спортивні заходи. Гірськолижний туризм. Діловий туризм Бізнес-подорожі. Конгресово- виставковий туризм. Інсентив-туризм. Лікувально-оздоровчий туризм. Релігійний туризм.
3. Сутність, структура та інструменти державного регулювання туризму. Механізми підтримки розвитку міжнародного туризму. Правове регулювання розвитку міжнародної туристичної діяльності в різних країнах. Туристична політика держав.
4. Характеристика списку Світової спадщини ЮНЕСКО. Критерії об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО. Розподіл об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО по країнам світу. Об'єкти Світової спадщини ЮНЕСКО в Україні.
5. Транснаціональні компанії на ринку міжнародного туризму. ТНК у готельному господарстві. Вплив туристських ТНК на національну економіку. Процеси глобалізації у світовому туризмі.
6. Статистика туристських потоків. Статистика туристських доходів. Статистика туристських витрат.
7. Види формальностей у міжнародному туризмі. Державне регулювання туристичних формальностей. Поліцейські формальності. Паспортні формальності. Візові формальності. Туристична віза. Шенгенська віза. Митні формальності. Валютний контроль. Оформлення закордонного паспорта в Україні. Медико-санітарні формальності. Формальності безпеки. Страхування туристів. Медичне страхування туристів. Майнове страхування туристів. Страхування цивільної відповідальності.
8. Двостороння співпраця в галузі туризму. Багатостороння співпраця. Головні міжнародні туристичні організації.

9. Сегментування туристського попиту. Типи туристів. Сутність туристського попиту. Основні риси туристського попиту. Сучасні тенденції туристського попиту.

10. Організація об'єднаних націй. Всесвітня туристична організація. Регіональні туристичні об'єднання та союзи. Шенгенська угода та свобода пересування.

## 8. Проведення тренінгу

### 9. Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

У процесі вивчення дисципліни «Методологія наукових досліджень» використовуються наступні засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

- стандартизовані тести;
- поточне опитування;
- модульне тестування;
- командні проекти;
- техніки ефективного публічного виступу,
- аналітичні звіти, реферати, есе;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- оцінювання результатів КПЗ;
- студентські презентації та виступи на наукових заходах;
- ректорська контрольна робота;
- екзамен;
- інші види індивідуальних та групових завдань.

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни “ Міжнародного туризму ” визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту

%

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 3 (ректорська контрольна робота)	Заліковий модуль 4 (поточні оцінки, підсумкова оцінка за КПЗ)	Заліковий модуль 5 (письмовий екзамен)	Разом
20%	20%	20%	40%	100%
Тиждень 8	Тиждень 17	Тиждень 17		-

### Шкала оцінювання:

За шкалою ТНЕУ	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90–100	відмінно	A (відмінно)
85–89	добре	B (дуже добре)
75-84		C (добре)
65-74	задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35-59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)



**11. Перелік наочних матеріалів та методичних вказівок**

<b>№</b>	<b>Найменування</b>	<b>Номер теми</b>
<b>1.</b>	Конспект лекцій з дисципліни «Міжнародного туризму»	1-13
<b>2.</b>	Методичні рекомендації до проведення комплексного практичного індивідуального завдання з дисципліни «Міжнародного туризму»	1-13
<b>3.</b>	Методичні рекомендації до проведення практичних занять з дисципліни «Міжнародного туризму»	1-13

### Рекомендовані джерела інформації

1. Ильина Е. Н. Туроперейтинг: организация деятельности. — М.: Финансы и статистика, 2015.
2. Ильина Е. Н. Туроперейтинг: стратегия и финансы. — М.: Финансы и статистика, 2004.
3. Ушаков Д. С. Прикладной туроперейтинг. — М.; Ростов н/Д, 2015.
4. Бабарицька В. К., Малиновська О. Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійнотермінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: Навчальний посібник. — К.: Альтерпрес, 2015. — 288 с.
5. Балашова Р.І. Розвиток туристичного підприємства: теорія та практика: монографія / Р.І. Балашова; Донецький інститут туристичного бізнесу. — Донецьк: Вид-во «Вебер», 2019. — 343 с.
6. Данильчук В.Ф. Особенности формирования и развития туристических предприятий: монография / В.Ф. Данильчук. — Донецк: ИЭП НАН Украины, 2006. — 240 с.
7. Михайліченко Г.І. Логістика в туризмі: опорний конспект [Текст]: навчально-методичне видання для студентів спеціальності «Менеджмент організацій», проф. спрям. «Менеджмент туристичної індустрії», К.: КНТЕУ, 2017р.
8. Креативные технологии управления проектами и программами: Монография. [Текст] / Бушуев С.Д. и др. — К.: «Саммит-Книга», 2010. — 768с. — ISBN 978-966-7889-40-1.
9. Мунін Г., Тимошенко З., Самарцев Є., Змійов А. Маркетинг туризму. — Ч.І. — К.: Вид-во Європ. ун-ту. — 2016. — 324 с.
10. Балашова Р.І. Обґрунтування собівартості туристичного продукту за методом повних витрат / Р.І. Балашова // Вісн. ДІТБ. — 2019. — № 13. — С. 145- 151.
11. Шваб Л.І. Міжнародні стандарти туристичних послуг [навч. посібник] / Л.І. Шваб, М.М. Костиця. — Житомир: ЖДТУ, 2017. — 196 с.
12. Кішка О.С. Оптимізація фінансово-економічних результатів діяльності в туризмі [Електронний ресурс] / О.С. Кішка — Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/e-journals/eui/2015\\_1/10kosrdt.pdf](http://www.nbu.gov.ua/e-journals/eui/2015_1/10kosrdt.pdf)
13. Богданова Ж.А. Облікове відображення формування собівартості туристичного продукту / Ж.А. Богданова — Вісник ЖДТУ № 1 (55). — 2015. — С.27-30.
14. Кудла Н.Є. Маркетинг туристичних послуг / Н.Є. Кудла. — К. : Знання, 2016. — 351 с.
15. Любівцева О.О. Методика розробки турів [Електронний ресурс] / О.О. Любівцева. — Режим доступу: [http://tourlib.net/books\\_ukr/lubiceva\\_mrt5.htm](http://tourlib.net/books_ukr/lubiceva_mrt5.htm).
16. Мартинов І.Ю. Особливості маркетингу туризму у сфері відпочинку і розваг [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Tiru/2011\\_31\\_1/Martinov.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Tiru/2011_31_1/Martinov.pdf).

17. Телетов О.С Особливості та перспективи маркетингу туристичних послуг в Україні / О.С. Телетов, Н.Є. Косолап.– Маркетинг і менеджмент інновацій, 2015, № 1. – С. 21-34.
18. Агафонова Л. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : Навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів/ Л. Агафонова, О. Агафонова; Київський ун-т туризму, економіки і права. -К.: Знання України, 2008. -351 с.
19. Азар В.И., Экономика туристского рынка / В.И. Азар, С.Ю. Туманов// -М.: ИПК госслужбы, 2019. – 203 с.: ил. - ISBN 5-94125-050-9.
20. Шаптала О. Рекреція і туризм: взаємозв'язки, відносини і проблеми// Вісник Української Академії державного управління при Президентові України. - 2019. - № 3. - С. 395-399

*Додаткова:*

1. Земляков Д. Н. Франчайзинг. Интегрированные формы организации бизнеса / Д. Н. Земляков, М. О. Макашев. — М. : "ЮНИТИ-ДАНА", 2017. — 142 с.
2. Кішка О.С. Оптимізація фінансово-економічних результатів діяльності в туризмі [Електронний ресурс] / О.С. Кішка – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/eui/2015\\_1/10kosrdt.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/eui/2015_1/10kosrdt.pdf)
3. Кудла Н.Є. Маркетинг туристичних послуг / Н.Є. Кудла. – К. : Знання, 2018. – 351 с.
4. Кузьмін О. Франчайзинг у підприємницькій діяльності / О. Кузьмін, У. Сухорська, Т. Мирончук. — Л. : Вільна Україна, 2017. — 144 с.
5. Корольчук О. П. Франчайзинг (теорія, методологія, практика) : моногр. / О. П. Корольчук. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 207 с.
6. Ляшенко В.И. Развитие франчайзингового режима в Украине / В.И. Ляшенко // Вісник економічної думки України. – 2017. – № 1. – С. 79-85.
7. Михайліченко Г.І. Логістика в туризмі: опорний конспект [Текст]: навчально-методичне видання для студентів спеціальності «Менеджмент організацій», проф. спрям. «Менеджмент туристичної індустрії», К.: КНТЕУ, 2017р.
8. Мартинов І.Ю. Особливості маркетингу туризму у сфері відпочинку і розваг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Tiru/2011\\_31\\_1/Martinov.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Tiru/2011_31_1/Martinov.pdf).
9. Телетов О.С Особливості та перспективи маркетингу туристичних послуг в Україні / О.С. Телетов, Н.Є. Косолап.– Маркетинг і менеджмент інновацій, 2015, № 1. – С. 21-34.
10. Рыкова И. В. Франчайзинг: новые технологии, методология, договоры / И. В. Рыкова. — М. : Современная экономика и право, 2016. — 224 с.
11. James C. Makens. Marketing for Hospitality and Tourism. - Publisher: Prentice Hall; Inc. Category: Business. 4th edition. – 2015 - ISBN-10-0-13-197623-0
12. Larry Dwyer. International Handbook on the Economics of Tourism. - Publisher: Edward Elgar Publishing. - 2018. - 495 p. - ISBN-I-85-278-893-3.
13. William F. Theobald. Global Tourism. Third Edition. /F.William// - Publisher: Butterworth-Heinemann. – 2018 - 588 p.- ISBN 075 - 067-789-9.