

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**
Кафедра готельно-ресторанної справи та туризму

ЗАТВЕРДЖЕНО
Факультет економічний
“18” червня 2026 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
МІЖНАРОДНИЙ РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ**

Галузь знань J «Транспорт та послуги»

Спеціальність J2 «Готельно-ресторанна справа та кейтеринг»

Освітня програма «Готельно-ресторанна справа»

Факультет Економічний

Розробники: Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО, завідувачка кафедри готельно-ресторанної справи та туризму, д.е.н., професор

Київ – 2026 р.

Опис навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна покликана сформувати у здобувачів цілісне уявлення про міжнародний ринок туристичних послуг та роль суб'єктів – учасників ринку. Завданнями вивчення дисципліни є надання здобувачам ґрунтовних знань щодо основних суб'єктів міжнародного туристичного ринку та їх взаємодії; основні види та категорії туристичних послуг на міжнародному ринку; чинники, що впливають на функціонування міжнародного ринку туристичних послуг; роль міжнародних туристичних організацій у регулюванні та розвитку ринку; маркетингові стратегії на міжнародному ринку туристичних послуг.

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Освітній ступінь	<i>Магістр</i>	
Спеціальність	J2 «Готельно-ресторанна справа та кейтеринг»	
Освітня програма	Готельно-ресторанна справа	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	вибіркова	
Загальна кількість годин	150	
Кількість кредитів ECTS	5	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (за наявності)	-	
Форма контролю	<i>Екзамен</i>	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної, дистанційної форм здобуття вищої освіти		
	Форма здобуття вищої освіти	
	Денна	Заочна, дистанційна
Курс (рік підготовки)	1 курс	1 курс
Семестр	2	2
Лекційні заняття	30 год.	8 год.
Практичні, семінарські заняття	30 год.	8 год.
Лабораторні заняття	-	-
Самостійна робота	90 год.	134 год.
Індивідуальні завдання	-	-
Кількість тижневих годин для денної форми навчання	4 год.	

1. Мета, компетентності та програмні результати навчальної дисципліни

Метою вивчення дисципліни є формування у здобувачів теоретичних знань і практичних навичок щодо міжнародного ринку туристичних послуг,

особливостей його функціонування, факторів, що впливають на нього, тенденцій розвитку, туристичної політики держав і регіонів світу, маркетингових стратегій розвитку міжнародного ринку туристичних послуг.

Навчальна дисципліна «Стратегічний маркетинг у готельно-ресторанному господарстві» передусє вивченню «Міжнародний ринок туристичних послуг».

Набуття компетентностей:

інтегральна компетентність (ІК):

ІК. Здатність вирішувати складні завдання дослідницького та/або інноваційного характеру готельно-ресторанної справи.

загальні компетентності (ЗК):

ЗК 1. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

ЗК 2. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК 8. Здатність працювати в міжнародному контексті.

спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК):

СК1. Здатність застосовувати науковий, аналітичний, методичний інструментарій, використовувати міждисциплінарні дослідження аналізу стану розвитку глобальних та локальних ринків готельних та ресторанних послуг для розв'язання складних задач розвитку готельного і ресторанного бізнесу.

СК 2. Здатність систематизувати та синтезувати інформацію для врахування крос-культурних особливостей функціонування суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

СК 3. Здатність планувати та здійснювати ресурсне забезпечення діяльності суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу.

СК 5. Здатність забезпечувати ефективну сервісну, комерційну, виробничу, маркетингову, економічну діяльність суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

СК 6. Здатність координувати та регулювати взаємовідносини з партнерами та споживачами.

СК 12. Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі готельно-ресторанної справи у мультидисциплінарних контекстах, у нових або незнайомих середовищах за наявності неповної або обмеженої інформації.

Програмні результати навчання (ПРН) ОП:

ПРН 2. Вільно спілкуватись усно і письмово українською та англійською мовами при обговоренні професійних питань, досліджень та інновацій в сфері готельно-ресторанного бізнесу.

ПРН 4. Здійснювати моніторинг кон'юнктури ринку готельних та ресторанних послуг.

ПРН 5. Оцінювати нові ринкові можливості, формулювати бізнес-ідеї та розробляти маркетингові заходи з невизначених умов і вимог, що потребують застосування нових підходів, методів та інструментарію соціально-економічних досліджень.

ПРН 7. Досліджувати моделі розвитку міжнародних та національних готельних і ресторанних мереж (корпорацій).

2. Програма та структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин													
	денна форма							Заочна, дистанційна форма						
	тижні	усього	у тому числі					усього	у тому числі					
			л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
Модуль 1. Концептуальні засади міжнародного ринку туристичних послуг														
Тема 1. Передумови виникнення та структура міжнародного ринку туристичних послуг	1	12	2	2	-	-	8	13		1	-	-	12	
Тема 2. Сутнісні та класифікаційні ознаки міжнародного ринку туристичних послуг	2	12	2	2	-	-	8	14	2		-	-	12	
Тема 3. Суб'єкти міжнародного туристичного ринку	3	14	2	2	-	-	10	14	2		-	-	12	
Тема 4. Основні види та категорії туристичних послуг на міжнародному ринку	4	12	2	2	-	-	8	13		1	-	-	12	
Тема 5. Міжнародні туристичні організації, їх роль у регулюванні та розвитку туристичного ринку	6	18	4	4	-	-	10	13		1			12	
Разом за модулем 1		68	12	12	-	-	44	67	4	3	-	-	60	
Модуль 2. Дослідження міжнародного ринку туристичних послуг														
Тема 6. Методичні засади дослідження міжнародного ринку туристичних послуг	8	18	4	4	-	-	10	16		2	-	-	14	
Тема 7. Фактори впливу на міжнародний туристичний ринок	9	18	4	4	-	-	10	16	2		-	-	14	

Тема 8. Конкуренція на ринку туристичних послуг	10	18	4	4	-	-	10	18	1	1	-	-	16
Тема 9. Маркетингові дослідження на міжнародному ринку туристичних послуг	11	16	4	4	-	-	8	17		1			16
Тема 10. Маркетингові стратегії розвитку міжнародного ринку туристичних послуг	12	12	2	2	-	-	8	16	1	1			14
Разом за модулем 2	82		18	18	-	-	46	83	4	5	-	-	74
Усього годин	150		30	30	-	-	90	150	8	8	-	-	134

3. Теми лекцій

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Передумови виникнення та структура міжнародного ринку туристичних послуг	2
2.	Сутнісні та класифікаційні ознаки міжнародного ринку туристичних послуг	2
3.	Суб'єкти міжнародного туристичного ринку	2
4.	Основні види та категорії туристичних послуг на міжнародному ринку	2
5.	Міжнародні туристичні організації, їх роль у регулюванні та розвитку туристичного ринку	4
6.	Методичні засади дослідження міжнародного ринку туристичних послуг	4
7.	Фактори впливу на міжнародний туристичний ринок	4
8.	Конкуренція на ринку туристичних послуг	4
9.	Маркетингові дослідження на міжнародному ринку туристичних послуг	4
10.	Маркетингові стратегії розвитку міжнародного ринку туристичних послуг	2

4. Теми семінарських, практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Структура міжнародного ринку туристичних послуг	2
2.	Класифікація міжнародного ринку туристичних послуг	2
3.	Взаємодія суб'єктів міжнародного туристичного ринку	2
4.	Туристичні послуги міжнародного ринку	2
5.	Роль міжнародних туристичних організацій у регулюванні та	4

	розвитку туристичного ринку	
6.	Методики дослідження міжнародного ринку туристичних послуг	4
7.	Чинники впливу на стан міжнародного ринку туристичних послуг	4
8.	Сегментування ринку туристичних послуг та конкурентні переваги його учасників	4
9.	Маркетингові дослідження міжнародного туристичного ринку	4
10.	Маркетингові стратегії розвитку міжнародного ринку туристичних послуг	2

5. Теми самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Передумови виникнення та структура міжнародного ринку туристичних послуг	8
2.	Сутнісні та класифікаційні ознаки міжнародного ринку туристичних послуг	8
3.	Суб'єкти міжнародного туристичного ринку	10
4.	Основні види та категорії туристичних послуг на міжнародному ринку	8
5.	Міжнародні туристичні організації, їх роль у регулюванні та розвитку туристичного ринку	10
6.	Методичні засади дослідження міжнародного ринку туристичних послуг	10
7.	Фактори впливу на міжнародний туристичний ринок	10
8.	Конкуренція на ринку туристичних послуг	10
9.	Маркетингові дослідження на міжнародному ринку туристичних послуг	8
10.	Маркетингові стратегії розвитку міжнародного ринку туристичних послуг	8

6. Методи та засоби діагностики результатів навчання:

- усне або письмове опитування;
- співбесіда;
- тестування;
- захист проєктів;
- пірінгове оцінювання.

7. Методи навчання:

- метод проблемного навчання;
- метод практико-орієнтованого навчання;
- кейс-метод;
- метод проєктного навчання;
- метод навчання через дослідження;
- метод навчальних дискусій та дебат;
- метод командної роботи, мозкового штурму;
- метод гейміфікованого навчання.

8. Оцінювання результатів навчання

Оцінювання знань здобувача вищої освіти відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національну оцінку згідно з чинним «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України».

8.1. Розподіл балів за видами навчальної діяльності

Вид навчальної діяльності	Результати навчання	Оцінювання
Модуль 1. Концептуальні засади міжнародного ринку туристичних послуг		
Практична робота 1. Структура міжнародного ринку туристичних послуг	ПРН 4, 5. Знати структуру, особливості та сучасні тенденції міжнародного ринку туристичних послуг. Вміти визначати структуру міжнародного ринку туристичних послуг.	12
Практична робота 2. Класифікація міжнародного ринку туристичних послуг	ПРН 4, 5. Знати класифікаційні ознаки та види міжнародного ринку туристичних послуг. Вміти організовувати діяльність на різних ринках туристичних послуг.	12
Практична робота 3. Взаємодія суб'єктів міжнародного туристичного ринку	ПРН 2, 4, 5. Знати основних суб'єктів міжнародного туристичного ринку, характер їх взаємодії та роль кожного у формуванні ринку туристичних послуг. Володіти інструментами взаємодії суб'єктів міжнародного туристичного ринку	12
Практична робота 4. Туристичні послуги міжнародного ринку	ПРН 2, 4, 5. Знати основні види та категорії туристичних послуг на міжнародному ринку. Вміти диференціювати туристичні послуги на міжнародному ринку.	12
Практична робота 5. Роль міжнародних туристичних організацій у регулюванні та розвитку туристичного ринку	ПРН 7. Знати міжнародні туристичні організації, їх основні завдання та місію у формуванні ринку туристичних послуг. Вміти визначати роль міжнародних туристичних організацій у регулюванні та розвитку ринку.	12
Самостійна робота		10
Модульна контрольна робота 1.		30
Всього за модулем 1.		100
Модуль 2. Дослідження міжнародного ринку туристичних послуг		
Практична робота 6. Методики дослідження міжнародного ринку туристичних послуг	ПРН 4, 5. Знати різні методики дослідження міжнародного ринку туристичних послуг. Вміти на практиці застосовувати різні методики дослідження стану міжнародного ринку туристичних послуг.	12
Практична робота 7. Чинники впливу на стан міжнародного ринку туристичних послуг	ПРН 4, 5. Знати наслідки впливу різних факторів на стан та тенденції розвитку міжнародного ринку туристичних послуг.	12

	Вміти визначати економічні, соціокультурні, екологічні та інші фактори, що впливають на функціонування міжнародного туристичного ринку.	
Практична робота 8. Сегментування ринку туристичних послуг та конкурентні переваги його учасників	ПРН 4, 5. Знати основні підходи до сегментування ринку туристичних послуг Вміти аналізувати кон'юнктуру та закономірності функціонування міжнародного туристичного ринку.	12
Практична робота 9. Маркетингові дослідження міжнародного туристичного ринку	ПРН 2, 4, 5. Знати теоретичні та практичні засади проведення маркетингових досліджень на ринку туристичних послуг. Вміти на практиці проводити маркетингові дослідження міжнародного туристичного ринку, аналізувати отримані дані, виявляти недоліки та переваги, пропонувати та обґрунтовувати напрями подальшого розвитку.	12
Практична робота 10. Маркетингові стратегії розвитку міжнародного ринку туристичних послуг	ПРН 4, 5. Знати принципи ціноутворення та маркетингові стратегії на міжнародному ринку туристичних послуг. Вміти визначати маркетингові стратегії розвитку міжнародного ринку туристичних послуг, обґрунтовувати їх, реалізовувати та аналізувати наслідки їх впровадження.	12
Самостійна робота		10
Модульна контрольна робота 2.		30
Всього за модулем 2		100
Навчальна робота		$(M1+M2)/2 * 0,7 \leq 70$
Екзамен		30
Всього		$(\text{Навчальна робота} + \text{залік}) \leq 100$

8.2. Шкала оцінювання знань здобувача вищої освіти

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка за національною системою (екзамени / заліки)
90-100	відмінно
74-89	добре
60-73	задовільно
0-59	незадовільно

8.3. Політика оцінювання

Політика щодо дедайннів та перескладання	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
Політика щодо академічної	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних

добросовісності	девайсів). Реферати повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу
Політика щодо відвідування	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в он-лайн формі за погодженням із деканом факультету)

9. Навчально-методичне забезпечення

- електронний навчальний курс навчальної дисципліни (на навчальному порталі НУБіП України eLearn – <https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=3420>)
- конспекти лекцій та їх презентації (в електронному вигляді);
- навчальний посібник;
- методичні матеріали щодо вивчення навчальної дисципліни для здобувачів вищої освіти денної та заочної форм здобуття вищої освіти.

10. Рекомендовані джерела інформації

Основні

1. Алієва-Барановська В.М., Дахно І.І. Міжнародний туризм. Київ: Центр навчальної літератури, 2020. 344 с.
2. Божидарнік Т.В., Божидарнік Н.В. Міжнародний туризм : навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2021. 312 с.
3. Головня О.М. Міжнародний туризм : навч. посіб. / О.М. Головня, Ю.В. Ставська. Вінниця: ТОВ «Друг». 2020. 316 с.
4. Дехтяр Н.А. Світовий ринок туристичних послуг і пріоритети розвитку туризму в Україні : монографія / Н.А. Дехтяр. Харків: ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. 470 с.
5. Смирнов І.Г., Любіцева О.О. Міжнародний туристичний бізнес і логістика в туризмі : навч. посіб. Київ: Ліра-К, 2022. 288 с.
6. Сфера послуг. Туризм і рекреація : словник / Укладачі С.В. Мельниченко, І.В. Ковальчук, І.П. Кудінова, С.І. Мосіюк, О.Б. Моргулець, В.В. Самсонова, О.А. Стретович, С.Г. Качмарчик. – К. : НУБіП України, Том 1, 2025. – 545 с.
7. Сфера послуг. Готельна справа : словник Том 2 / Укладачі Л.М. Гопкало, С.В. Мельниченко, І.П. Кудінова, О.Б. Моргулець, С.І. Мосіюк, В.В. Самсонова, Л.І. Шкварун – К. : НУБіП України, 2025. – 403 с.
8. Сфера послуг. Індустрія гостинності : словник Том 4. Частина I / Укладачі С.В. Мельниченко, Л.М. Гопкало, І.П. Кудінова, Є.В. Козловський, І.В. Ковальчук, О.Б. Моргулець, С.І. Мосіюк, С.М. Неїленко, О.А. Стретович, В.В. Самсонова, – К. : НУБіП України, 2026. – 411 с.
9. Сфера послуг. Індустрія гостинності : словник Том 4. Частина II / Укладачі С.В. Мельниченко, Л.М. Гопкало, І.П. Кудінова, Є.В. Козловський, І.В. Ковальчук, О.Б. Моргулець, С.І. Мосіюк, С.М. Неїленко, О.А. Стретович, В.В. Самсонова, – К. : НУБіП України, 2026. – 448 с.

Додаткова література

10. Атаманчук З.А. Глобальні тенденції розвитку міжнародного туризму в структурі світового ринку послуг. Бізнес Інформ. 2020. № 4. С. 21–27.
11. Атаманчук З.А. Розвиток міжнародного туризму як шлях формування крос-культурної толерантності. Бізнес Інформ. 2021. № 1. С. 58–64.
12. Семенко Б.В. Трансформація міжнародного туризму України (на рівні районів та міст обласного значення). Вінниця : Твори, 2022. 228 с.
13. Скарга О.О. Транснаціоналізація ринку туристичних послуг на етапі глобалізації: концептуально-організаційний аспект. Проблеми економіки. 2020. № 2. С. 63–70.

Інформаційні ресурси

17. Все про туризм: туристична бібліотека [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://infotour.in.ua>.
18. Журнал Міжнародний туризм [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://intour.com.ua/>.
19. Інформаційний розділ Всесвітньої туристичної організації (ВТО). – Режим доступу: <http://www.world-tourism.org/>.
20. Eurostat [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/>.
21. World Tourism Organization (UNWTO) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.unwto.org.