

Міністерство освіти і науки України
Національний університет біоресурсів і природокористування України

Кафедра готельно-ресторанної справи та туризму

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
ДО ВИКОНАННЯ ВИПУСКНОЇ
КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ (ПРОЕКТУ)

освітній ступінь

«магістр»

галузь знань

24 «Сфера обслуговування»

спеціальність

242 «Туризм»

спеціалізація

«Міжнародний туристичний бізнес»

Київ 2023

УДК 378.22+379(072)

Методичні рекомендації до виконання магістерської кваліфікаційної роботи (проекту) укладено відповідно до вимог підготовки фахівців освітнього ступення «магістр» і компетентностей галузі знань 24 «Сфера обслуговування» спеціальності 242 «Туризм» освітньо-професійної програми «Міжнародний туристичний бізнес» та висвітлено основні вимоги, які ставляться до підготовки, написання та захисту даного типу роботи.

Рекомендовано до друку Вченою радою Навчально-наукового інституту неперервної освіти і туризму Національного університету біоресурсів і природокористування України (протокол _____ від _____ 2023 р.)

Укладачі:

Левицька І.В. завідувач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму, доктор економічних наук, професор;

Гопкало Л.М. доцент кафедри готельно-ресторанної справи та туризму, кандидат економічних наук;

Рецензенти:

Витвицька О.Д. професор кафедри публічного управління та менеджменту інноваційної діяльності, доктор економічних наук, професор;

Бандура В.М. професор кафедри готельно-ресторанної справи та туризму, технічних наук, професор.

Методичні рекомендації

до виконання магістерської кваліфікаційної роботи (проекту) укладено відповідно до вимог підготовки фахівців освітнього ступення «магістр» і компетентностей галузі знань 24 «Сфера обслуговування» спеціальності 242 «Туризм» освітньо-професійної програми «Міжнародний туристичний бізнес» / уклад.: І.В.Левицька, Л.М.Гопкало - Київ: НУБіП, 2022. – 83 с.

Навчальне видання

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

до виконання виконання магістерської кваліфікаційної роботи (проекту) укладено відповідно до вимог підготовки фахівців освітнього ступення «магістр» і компетентностей галузі знань 24 «Сфера обслуговування» спеціальності 242 «Туризм» освітньо-професійної програми «Міжнародний туристичний бізнес»

Укладачі: ЛЕВИЦЬКА Інна Ванадіївна, ГОПКАЛО Лариса Михайлівна

© Левицька І.В., Гопкало Л.М.. 2022

© НУБіП України, 2022

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Випускна кваліфікаційна робота (проект) здобувача вищої освіти передбачена робочим навчальним планом, завершує його підготовку в університеті. Вона є одним із видів індивідуальних робіт здобувача, оригінальним, завершеним науковим дослідженням у певній галузі знань, має внутрішню єдність та містить сукупність результатів, положень, що пропонуються для публічного захисту.

Випускна кваліфікаційна робота (проект) виконується відповідно до напрямів наукових досліджень і має засвідчити: рівень професійної підготовки випускника; вміння застосовувати здобуті в інституті знання для розв'язання науково-практичних завдань; свідоме засвоєння знань та їх систематизацію; наявність у здобувача навичок наукової роботи; здатність критично й креативно мислити та вміння аргументувати власну точку зору.

Керівником випускної кваліфікаційної роботи (проекту) призначається викладач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму, який має науковий ступінь доктора або кандидата наук, вчене звання та проводить наукові дослідження за відповідним напрямом.

За дані, викладені у випускній кваліфікаційній роботі (проекті), порядок використання фактичного матеріалу та іншої інформації під час його виконання, обґрунтованість й достовірність висновків, положень відповідає здобувач і науковий керівник. Не допускається запозичення (плагіат) матеріалу без посилання у випускному кваліфікаційному проекті (роботі) на автора та джерело інформації.

Випускна кваліфікаційна робота (проект) виконується державною мовою. Написання випускної кваліфікаційної роботи (проекту) іншою, ніж державна, можливе за поданням Інституту непервної освіти і туризму.

Внесення змін та уточнень до тем випускних кваліфікаційних робіт (проектів) можливе, як виняток, не пізніше першого тижня від початку проходження здобувачами виробничої (переддипломної) практики. Зміни здійснюються наказом ректора, проект якого вносить директор ННІ за обґрунтованою заявою здобувача, погодженою науковим керівником, гарантом освітньо-професійної програми на підставі службової записки завідувача кафедри.

Випускна кваліфікаційна робота (проект) виконується відповідно до графіка, що складається випусковою кафедрою і затверджується завідувачем кафедри та директором.

Закріплення теми випускної кваліфікаційної роботи (проекту), призначення наукового керівника та консультантів (у разі потреби) затверджується наказом ректора за поданням директора та завідувача кафедри з урахуванням графіка освітнього процесу:

- протягом першого місяця навчання - для денної форми навчання;
- протягом установчої сесії - для заочної форми навчання;

У період написання випускних кваліфікаційної роботи (проекту) питання щодо стану їх підготовки здобувачами та дотримання ними графіка виконання відповідних етапів дослідження систематично заслуховуються на засіданнях випускових кафедр (з відображенням у відповідних протоколах).

У випадку недотримання встановлених вимог, науковий керівник не пізніше 30 днів до засідання ЕК із захисту випускної кваліфікаційної роботи (проекту) надає інформацію щодо стану (відсотка) його виконання до деканату.

Випускник магістерської програми повинен володіти такими компетенціями:

ЗК1. Здатність до організації, планування, прогнозування результатів діяльності.

ЗК2. Здатність вести професійну діяльність у міжнародному та вітчизняному середовищі.

ЗК3. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК4. Здатність розробляти проекти та управляти ними.

ЗК5. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

ЗК 6. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 7. Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

СК1. Здатність застосовувати у професійній діяльності категорійно-термінологічний апарат, концепції, методи та інструментарій системи наук, що формують науковий базис туризму та рекреації.

СК2. Здатність планувати і виконувати наукові та/або прикладні дослідження у сфері туризму та рекреації.

СК3. Здатність до управління туристичним процесом у публічному секторі, в туристичній дестинації, туристичному підприємстві на різних ієрархічних рівнях.

СК4. Здатність організовувати діяльність та співпрацю суб'єктів регіонального, національного та міжнародного туристичних ринків на засадах сталого розвитку з урахуванням світового досвіду.

СК5. Здатність оперувати інструментами збору, обробки інформації, аналізувати та управляти туристичною інформацією.

СК6. Здатність до аналізу, прогнозування, планування бізнес-процесів та геопросторового планування у сфері туризму та рекреації.

СК7. Здатність розробляти та впроваджувати інновації в діяльності суб'єктів туристичного ринку

СК8. Здатність розробляти та сприяти упровадженню регіональних програм розвитку сталого туризму

СК9. Здатність застосовувати інноваційні методи просування національного туристичного продукту на міжнародний ринок

СК10. Здатність до визначення стратегічних завдань у розвитку міжнародного туристичного бізнесу, що здійснюватиметься на сільських територіях (сільський зелений туризм)

СК11. Здатність створювати спеціалізовані екологічні туристичні продукти та організовувати обслуговування туристів на природоохоронних територіях.

СК12. Здатність діяти в міжнародному правовому полі, застосовувати норми міжнародного права для здійснення професійної діяльності.

Випускник магістерської програми повинен вміти:

- досліджувати динаміку та структуру міжнародних туристичних потоків, виділяти та оцінювати їх якісні характеристики;
- проводити аналіз конкурентоспроможності національного туристичного продукту;
- розробляти, обґрунтовувати та впроваджувати стратегії зовнішньоекономічної діяльності туристичних підприємств;
- визначати напрями удосконалення державної політики у галузі туризму з огляду на існуючу геополітичну стратегію розвитку країни;
- розробляти державні та регіональні програми підтримки туристичної галузі, формувати інформаційно-комунікаційну мережу між представниками органів влади різних рівнів, громадськими організаціями та суб'єктами підприємницької діяльності;
- розробляти конкурентоспроможний туристичний продукт, прогнозувати споживчий попит у коротко- та довгостроковому періоді;
- будувати збалансовані схеми експортно-імпортних операцій та міжрегіональних трансфертів за участі туристичної та супутніх галузей, відстежувати тенденції функціонування ринку та приймати заходи із передбачення можливих криз;
- впроваджувати ефективну інвестиційну політику на різних рівнях господарювання.

Випускник магістерської програми повинен володіти такими здібностями:

- використовувати набуті теоретичні знання і практичні навички з метою використання методологічного апарату наукових досліджень для вирішення теоретичних і прикладних задач, що постають перед фахівцями туристичної галузі;
- використовувати набуті професійні знання і практичні навички під час аналізу державних і регіональних програм, заходів щодо організації туристичної діяльності, надання рекомендацій щодо їх удосконалення з урахуванням сучасних потреб національних виробників та головних тенденцій розвитку світової туристичної галузі;
- у процесі визначення туристичного потенціалу регіону з метою його подальшого використання у туристичній діяльності та розробки стратегій розвитку регіону на місцевому та державному рівні.

2. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО НАПИСАННЯ ВИПУСКНОГО КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ПРОЕКТУ (РОБОТИ)

2.1. Вибір теми та складання плану

Тема випускної кваліфікаційної роботи (проекту) має відображати основну ідею, завдання, положення, які необхідно дослідити. Одним із критеріїв вибору теми дослідження має бути її актуальність щодо сучасних тенденцій розвитку науки і практики.

Рекомендована тематика випускних кваліфікаційних робіт (проектів) розробляється згідно з вимогами кваліфікаційної характеристики фахівців та за поданням керівника освітньої програми затверджується на засіданні кафедри до початку навчання здобувачів за освітньою програмою.

Теми випускних кваліфікаційних робіт (проектів) формуються відповідно до напрямів науково-дослідної тематики випускової кафедри, сучасних досягнень у відповідній предметній галузі або суміжних сферах науки й техніки.

Тематика випускних кваліфікаційних робіт (проектів) щорічно переглядається та оновлюється. Тему випускної кваліфікаційної роботи (проекту) здобувач обирає із запропонованих кафедрою та погоджує її з науковим керівником.

Випускна кваліфікаційна робота (проект) може виконуватися за тематикою, яку замовляють державні установи, підприємства та організації, що уклали із НУБіП України контракт на навчання здобувачів або мають з ним договори про співпрацю. Рекомендовано також передбачити теми, які у майбутньому можуть трансформуватися у теми кандидатських дисертацій.

Здобувач може запропонувати самостійно сформульовану тему дослідження за умови обґрунтування доцільності її розроблення, ознайомлення з аналітичними оглядами і статтями у спеціалізованих періодичних виданнях, а також враховуючи свої наукові інтереси, що були проявлені під час написання курсових робіт, підготовки статей та конкурсних наукових робіт, у виступах на студентських наукових конференціях.

У темі може бути вказано об'єкт, який досліджується, або за матеріалами якого виконувалася робота.

Назва теми повинна бути чіткою, лаконічною та не містити неоднозначного тлумачення.

Після остаточного узгодження теми випускної кваліфікаційної роботи (проекту) з науковим керівником здобувач подає заяву на ім'я завідувача кафедри, в якій зазначає назву теми і повну назву об'єкта дослідження.

Закріплення теми випускної кваліфікаційної роботи (проекту), призначення наукового керівника та консультантів (у разі потреби) затверджується наказом ректора за поданням директора та завідувача кафедри з урахуванням графіка навчального процесу для здобувачів денної форми навчання протягом першого місяця навчання здобувачів.

Для вибору теми здобувачу рекомендується вивчити літературу з проблеми, що входить до кола його наукових інтересів – ознайомитися як із вітчизняними, так і зарубіжними виданнями. Здобувачі мають можливість користуватися інформацією з фондів каталогів, відділів

наукової/навчальної/іноземної літератури, загалом періодичних видань бібліотеки НУБіП України.

Після опрацювання літератури здобувач складає план роботи, який узгоджується з науковим керівником та включає: вступ; розділи, які поділяються на кілька підрозділів; висновки та пропозиції; список використаних джерел; додатки. Розгорнутий план випускної кваліфікаційної роботи зазначається у Завданні на випускну кваліфікаційну роботу (Додаток Д). План випускної кваліфікаційної роботи за погодженням наукового керівника може корегуватися, про що мають бути відповідні записи на затвердженому варіанті.

2.2. Структура випускного кваліфікаційного проекту (роботи)

Випускна кваліфікаційна робота (проект) має таку структуру:

- тема (титульна сторінка (Додаток Б);
- завдання на випускну кваліфікаційну роботу (проект) здобувачу;
- анотації;
- зміст (план роботи);
- перелік умовних позначень (у разі потреби);
- вступ;
- основна частина;
- висновки та пропозиції;
- список використаних джерел;
- додатки.

Написання випускної кваліфікаційної роботи (проекту) починається з пошуку та вивчення літературних першоджерел. Здобувачу рекомендується проаналізувати наукові праці українських та зарубіжних вчених з проблеми, ознайомитися з чинним законодавством України, міжнародними актами, нормативно-інструктивним матеріалом, діючими стандартами тощо. Після цього зробити аналітичний огляд літератури. Цитати з визначенням наукових понять/термінів, класифікаційних ознак, схем, таблиць та ін., які будуть наводитися у випускній кваліфікаційній роботі, рекомендується виписувати на окремих аркушах (накопичувати у окремому електронному файлі) із зазначенням джерела на певне посилання, а паралельно з цим формувати список використаних джерел.

В *анотації*, обсяг якої має становити до 800 знаків, кількість ключових слів 5-7. Анотація наводиться українською, російською та однією з іноземних мов (найчастіше – англійською).

У *вступі* розкривається суть та стан проблеми, актуальність теми, обґрунтовується необхідність її дослідження, вихідні дані для розроблення теми, гіпотеза, мета, завдання, об'єкт, предмет, методи дослідження, інформаційна база, елементи наукової новизни та практична цінність отриманих результатів. Коротко зазначаються прізвища вчених (як вітчизняних, так і зарубіжних) і практиків, які розробляли проблему, що розглядається;

зазначається відмінність отриманих результатів від існуючих у вітчизняній та зарубіжній теорії і практиці.

Актуальність теми. Шляхом критичного аналізу та порівняння з відомими рішеннями наукового завдання обґрунтовують актуальність та доцільність роботи для розвитку відповідної галузі науки. Висвітлення актуальності повинно якомога точніше показувати сутність теми дослідження.

Гіпотеза дослідження – припущення щодо можливості розв'язання конкретних теоретичних та/або практичних проблем.

Мета та завдання дослідження. Мета визначає наскрізну ідею роботи, до якої так чи інакше повертається автор у процесі виконання дослідження.

Наприклад, ...Метою випускної кваліфікаційної роботи (проекту) є розробка пропозицій щодо перспектив розвитку міжнародного туризму у Чернігівській області України...

Завдання, які необхідно вирішити для досягнення поставленої мети, обумовлюють етапи дослідження. Для кожного розділу варто сформулювати по 2 – 3 завдання, які визначатимуть основний зміст підрозділів.

Визначальну роль у **випускній кваліфікаційній роботі (проекті)** відіграє визначення об'єкту та предмету наукового дослідження.

Слід чітко формулювати мету роботи, лаконічно викладати завдання, які необхідно виконати для її досягнення. Доцільно виділити нові наукові положення або практичні рекомендації, які запропоновані у дослідженні здобувачем особисто, а також види їх апробації. Виклад змісту кожного питання випускної кваліфікаційної роботи (проекту) має бути доказовим, пояснюваним та науково аргументованим. Теоретичні положення повинні ґрунтуватися на конкретних матеріалах реальної дійсності, а приклади бути типовими. Якщо за результатами дослідження здобувач виступав на студентських наукових конференціях, брав участь в інших наукових заходах, має публікації в наукових виданнях, це слід зазначати у вступі.

Об'єкт дослідження – це процес або явище, які породжують проблемну ситуацію й обрані для вивчення. Об'єктом дослідження випускної кваліфікаційної роботи (проекту) є міжнародна туристична система, під якою розуміється або туристична дестинація, або сукупність туристичних підприємств (не менше 3-х підприємств).

Наприклад, ...Об'єктом дослідження є процес розвитку подієвого туризму Київської області з урахуванням інтересів та особливостей функціонування міжнародного ринку туристичних послуг...

Предмет дослідження – деталізація функцій управління процесом або явищем, що міститься в межах об'єкта.

Предмет дослідження виражає найбільш значущі аспекти, властивості, особливості, які підлягають безпосередньому вивченню. Будь-який об'єкт наукового дослідження містить у собі велику, майже нескінченну кількість предметів дослідження. Завдання здобувача полягає в тому, щоб виділити такий предмет наукового дослідження, який був би недостатньо вивчений, відображав суть проблеми і був доступним аналізу.

Наприклад, ...Предметом дослідження є теоретико-методологічні та практичні аспекти забезпечення реалізації перспектив розвитку туризму Чернігівської області України...

Предмет дослідження тісно пов'язаний з метою випускної кваліфікаційної роботи (проекту). Формулювання предмета наукового дослідження органічно пов'язане з аналізом літератури, станом наукових досліджень предмета. При цьому аналіз літератури є способом обґрунтування предмета наукового дослідження.

Теоретичну основу випускної кваліфікаційної роботи (проекту) мають становити наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених (підручники, навчальні посібники, монографії, періодичні видання тощо). Студенти повинні творчо підходити до вирішення поставлених в роботі завдань і використовувати літературу з висвітленням останніх досягнень науки і періодичних та інтернет-видань.

Інформаційну базу дослідження становлять офіційні статистичні дані Державної служби статистики України (наприклад, Міністерства економічного розвитку і торгівлі), а також дані, отримані від регіону для виконання випускного кваліфікаційного проекту (роботи).

Методичною основою випускної кваліфікаційної роботи (проекту) є комплекс загальнонаукових і спеціальних методів: порівняння, узагальнення, аналізу і синтезу, системно-структурного та порівняльного аналізу, економічного моделювання, комплексного і системного підходів, структурно-логічного моделювання, статистичні методи, розрахунково-аналітичні методи, методи кількісного та якісного аналізу, прогнозування тощо.

Наукова новизна одержаних результатів. Подається коротка анотація нових наукових положень (рішень), запропонованих особисто здобувачем.

Практичне значення одержаних результатів. Наводять відомості про практичне застосування одержаних результатів або рекомендації щодо їх використання. Коротко характеризують основні теоретичні чи прикладні результати роботи (методичні рекомендації з окремих напрямів діяльності суб'єкта дослідження або аспекту предмета дослідження, моделі, доповнення до чинного законодавства та інше), визначають можливу галузь їх упровадження та їх вплив на проблему, яку при цьому вирішують.

Наприклад, ...Запропонована автором Цільова програма розвитку сільського зеленого туризму в Чернігівській області може бути використана органами місцевого самоврядування для розширення та удосконалення міжнародного співробітництва в галузі туризму...

Апробація результатів роботи і публікації. При наявності оприлюднення результатів попередніх наукових досліджень, що склали основу випускового кваліфікаційного проекту, наводять інформацію про наукові та науково-практичні конференції, семінари, наради, у яких брав участь автор, а також вказують наявність публікацій у наукових журналах, збірниках наукових праць, матеріалах і тезах конференцій, семінарів та ін.

Наприклад, ...За темою дослідження автором опубліковано дві наукові статті у

Структура роботи. Зазначаються всі складові виконаного випускної кваліфікаційної роботи (проекту).

Перший розділ – теоретичний, містить теоретичне обґрунтування ролі і місця досліджуваних явищ та процесів у діяльності суб'єктів туристичної сфери, або у функціонуванні певних туристичних DESTИНАЦІЙ. Теоретичний розділ випускної кваліфікаційної роботи (проекту) повинен складатися з 3 – 4-х підрозділів і включати такі логічні частини:

- аналіз та узагальнення теоретичних засад відповідно до предмета та об'єкта дослідження, виділення окремих аспектів, які, з точки зору автора, потребують подальших розробок та удосконалення;

- огляд нормативно-правових документів, які регулюють відносини між суб'єктами визначеної сфери діяльності, обов'язковим є посилання на національні та міжнародні джерела права;

- історичні передумови розвитку досліджуваного явища, процесу, типу діяльності, їх вплив на теперішній стан об'єкта;

- світовий досвід управління туристичною галуззю на прикладі декількох іноземних країн, переваги та недоліки обраних моделей, можливість їх застосування в Україні;

- характеристика національного ринку туристичних послуг у контексті теми дослідження, переваги та недоліки системи відносин, яка на сьогодні склалася між споживачами та виробниками туристичного продукту, органами державної та місцевої влади, представниками підприємницьких кіл та громадськими організаціями, структура каналів розподілу.

Наведена послідовність є рекомендованою; студент може довільно змінювати порядок логічних частин та їх поєднання у підрозділи, якщо це вимагає специфіка дослідження. Зразок формулювання окремих підрозділів теоретичного розділу випускної кваліфікаційної роботи (проекту) наведено у Додатку В.

Обов'язковим для випускної кваліфікаційної роботи (проекту) є розкриття підходів різних авторів щодо розв'язання проблеми дослідження, висвітлення подібностей та відмінностей їх поглядів, а також обґрунтування власних поглядів на проблему.

Отже, у першому розділі випускної кваліфікаційної роботи (проекту) обґрунтовують теоретичну базу обраної задачі (проблеми) та виконують її макроекономічний аналіз, наводять огляд літератури, нових розробок, іншої інформації, пов'язаної з темою. В огляді літератури студент окреслює основні етапи розвитку наукової та практичної думки згідно зі своєю задачею (проблемою). Стисло, критично висвітлюючи роботи попередників, автор повинен назвати ті питання, що залишились невирішеними і, отже, визначити свій внесок у розв'язанні проблеми.

Теоретичний розділ розробляється на засадах вивчення спеціальної літератури, нормативно-законодавчої документації та офіційної статистичної

інформації. Після викладення матеріалу, що запозичений у інших авторів, необхідно давати посилання на джерело, вказуючи у квадратних дужках номер джерела зі списку, наведеного в кінці випускної кваліфікаційної роботи (проекту), та номеру сторінки, звідки матеріал запозичено. Текст розділу необхідно ілюструвати графічними матеріалами (таблиці, рисунки), які також повинні мати посилання на джерела, або позначку про те, що рисунок чи таблицю складено автором за певними джерелами.

Результатом теоретичного розділу повинна бути повна теоретико-методологічна концепція предмета дослідження, модель пошуку механізмів розв'язання проблеми, поставленої у випускній кваліфікаційній роботі (проекті). Ця модель повинна мати наскрізний характер, тобто щоб її алгоритм можна було використовувати для аналізу відповідної інформації в аналітичному розділі та обґрунтуванні рекомендацій, пропозицій і висновків у проектному розділі. Це дозволить логічно ув'язати та концептуально структурувати всі частини випускної кваліфікаційної роботи (проекту).

Теоретичне обґрунтування, суть, значення, класифікаційні характеристики, історія та сучасні тенденції предмету дослідження, методичні підходи повинні мати певні елементи полемічності, ствердженої власної позиції щодо обраних методів дослідження, що дає змогу перейти в наступному розділі до конкретного аналітичного дослідження.

Обсяг першого розділу не повинен перевищувати 25-30% загального обсягу випускної кваліфікаційної роботи (проекту).

Другий розділ – дослідно-аналітичний, який забезпечує логічну послідовність дослідження, має поєднати набуті теоретичні знання та вміння використовувати обрані методи і певний методичний інструментарій.

Зміст другого дослідно-аналітичного розділу визначається темою випускного кваліфікаційного проекту (роботи).

Для виконання другого розділу, де об'єктом дослідження обрано туристичну систему України, джерелом інформації є планові і фактичні показники господарської діяльності міжнародних туристичних операторів, статистична звітність туристичних підприємств України, результати спостережень, опитувань і обстежень та інших методів збирання первинної інформації, які використовує здобувач під час переддипломної практики на підприємствах індустрії туризму.

Особливе значення має правильне узагальнення накопиченого фактичного матеріалу, групування та обробка даних, на основі яких проводиться кваліфікований аналіз, обґрунтовуються пропозиції.

Центральним завданням даного розділу є не тільки оцінка економічних показників діяльності регіону, дестанації, області, кластеру, досліджуваних міжнародних туристичних операторів, але й установлення тенденцій стосовно предмету дослідження, що дозволить сформулювати висновки й обґрунтувати рекомендації для практичного застосування результатів.

Дослідно-аналітичний розділ повинен складатися з 3 підрозділів і включати такі логічні частини:

- оцінка туристичних можливостей регіону: природні умови і ресурси, сучасний стан економічного розвитку, соціальна стабільність та безпека, транспортна доступність, кількість іноземних (виїзних) відвідувачів, кількість іноземних (виїзних) туристів, кількість внутрішніх туристів, кількість суб'єктів галузі туризму, обсяг послуг, наданих підприємствами сфери туризму.

- аналіз конкурентного статусу підприємства та визначення його основних конкурентів: загальногосподарська та фінансова характеристика туристичного підприємства (база практики), оцінка основних та додаткових послуг, проведення SWOT-аналізу, для більш глибокого вивчення внутрішнього середовища використовують SNW-аналіз, визначення ключових факторів успіху та побудова бальної оцінки позицій підприємства:

- характеристика лідерів туристичних підприємств як туристичної системи та їх вплив на ринок туристичних послуг регіону, визначення особливостей предмету дослідження на досліджуваних підприємствах.

Для виконання даного розділу необхідно проаналізувати діяльність міжнародних туристичних операторів. Дослідно-аналітична обробка матеріалів повинна супроводжуватись складанням таблиць, графіків, діаграм, рисунків з поясненнями до них. Аналіз тенденції зміни одного показника слід висвітлювати не у формі таблиці, а формі графіка. В останньому бажано розміщувати не тільки абсолютні значення, а й темпи щорічного росту.

Аналіз діяльності об'єкту дослідження повинен завершуватись виявленням резервів підвищення ефективності використання наявних ресурсів. Він повинен також стати вихідним етапом в обґрунтуванні планів розвитку діяльності досліджуваних підприємств.

Обсяг другого розділу - у межах 25-30 % загального обсягу випускного кваліфікаційного проекту (роботи).

В залежності від тематики випускного кваліфікаційного проекту (роботи) об'єктом дослідження в рамках другого розділу може бути:

1) господарська діяльність міжнародних та національних туристських (готельних, санаторно-курортного) підприємств певного територіального утворення (країни, регіону, міста, району);

2) ресурсний потенціал території (регіону, міста, дестинації);

3) конкурентоспроможність підприємств туристської сфери;

4) маркетингові аспекти діяльності підприємств (стратегія розвитку, система просування, в т.ч. стимулювання збуту, паблік рілейшенз, рекламна діяльність, бренд, імідж, в т.ч. фірмовий стиль туристських (готельних, рекреаційних підприємств) певного територіального утворення (країни, регіону, міста, району);

5) організаційно-економічні аспекти управління (управління якістю, витратами, економічні, логістичні методи управління, антикризове управління, управління ризиками, франчайзингові форми управління).

1. Господарська діяльність міжнародних та національних туристських (готельних, санаторно-курортних) підприємств досліджується в тому випадку, коли необхідно обґрунтувати:

- розвиток нових видів туризму, нових туристських послуг (турпродуктів), нових туристських напрямів, інновацій в туристський продукт;
- розробку туристських, екскурсійних маршрутів;
- розробку додаткових послуг в туристських (готельних, курортних) підприємствах;
- необхідність вдосконалення асортименту послуг підприємств;
- диверсифікацію діяльності підприємства.

Аналіз господарської діяльності підприємства включає наступні підпункти:

1. Характеристика підприємств:

У даному розділі необхідно вказати наступні дані:

- 1) повне найменування підприємств, рік введення в експлуатацію, форму власності, їх юридичну адресу;
- 2) період функціонування протягом року (діють цілорічно або сезонно – для засобів розміщення);
- 3) переважаючий контингент відвідувачів і функціональне призначення (для засобів розміщення);
- 4) ціни на послуги (для засобів розміщення) за звітний рік;
- 5) характеристика партнерів, з якими співпрацює підприємство (для туристських агентів – характеристика туристських операторів – партнерів, для туристських операторів – характеристика туристських операторів та агентів – партнерів; страхових агентств, авіакомпаній та ін.);
- 6) характеристика спеціалізації для туристських підприємств (внутрішній, в'їзний, виїзний туризм з вказівкою країн, до яких організуються тури).

2. Аналіз обсягу реалізованих послуг

Основною метою цього підрозділу є визначення динаміки обсягу реалізованих послуг, зміни його структури, як основи для необхідності здійснення змін (за темою випускної кваліфікаційної роботи (проекту). Отже в процесі аналізу необхідно дослідити наступні показники діяльності підприємств:

- 1) проаналізувати показники виробничої програми підприємств у вартісному й натуральному вираженні, її структуру за аналізований період;
- 2) за допомогою методу рядів динаміки визначити основні тенденції зміни показників виробничої програми;
- 3) побудувати графіки зміни основних показників виробничої програми;
- 4) для готельних підприємств – проаналізувати коефіцієнт завантаження, та фактори, які впливають на нього;
- 5) за допомогою факторного аналізу визначити структуру впливу факторів на зміну показників виробничої програми (виконати факторний аналіз методом ланцюгових підстановок або будь-яким іншим методом);
- 6) проаналізувати структуру клієнтського потоку за географічною ознакою (по країнах, з яких вони прибули або в які виїжджали), за метою відвідування, за віком та іншими ознаками, які логічно доповнюватимуть аналіз за темою випускної кваліфікаційної роботи (проекту);

7) проаналізувати середню тривалість перебування клієнтів в засобах розміщення або туриста у подорожі;

8) з метою обґрунтування необхідності організації нових послуг (напрямів туризму) аналіз доцільно доповнити дослідженням динаміки розвитку регіонального (державного, світового) ринку туристських (готельних, курортних) послуг або дослідженням обсягу надання аналогічних послуг серед інших підприємств туристського (готельного, курортного) сервісу;

9) проаналізувати планові та фактичні показники виконання виробничої програми підприємства;

10) проаналізувати вплив фактора сезонності в роботі туристських (готельних, курортних) підприємств.

3. Аналіз доходів

У даному підрозділі необхідно:

1) проаналізувати склад і структуру доходів туристських (готельних, курортних) підприємств;

2) застосувати метод рядів динаміки для вивчення тенденцій зміни доходів від надання основних або додаткових послуг (в залежності від теми випускового кваліфікаційного проекту (роботи));

3) графічно відобразити динаміку або структуру доходів підприємства;

4) визначити структуру впливу факторів на зміну величини доходів підприємства (виконати факторний аналіз методом числення абсолютних різниць або будь-яким іншим методом);

5) проаналізувати динаміку середнього тарифу на розміщення або на додаткові послуги (за необхідності, якщо аналіз додаткових послуг допомагає розкрити тематику випускового кваліфікаційного проекту (роботи);

6) особливу увагу слід приділити аналізу співвідношення зміни обсягу наданих послуг за видами та відповідних доходів з метою виявлення диспропорцій, які необхідно усунути (в рамках розділу 3).

4. Аналіз собівартості послуг

У даному підрозділі необхідно:

1) проаналізувати склад і структуру витрат підприємств (групування за економічними елементами, за статтями калькуляції, за місцем виникнення витрат);

2) графічно відобразити структуру витрат підприємства в звітному році;

3) за допомогою методу рядів динаміки визначити основні тенденції зміни собівартості послуг підприємства (за видами);

4) визначити структуру впливу факторів на зміну собівартості наданих послуг (провести факторний аналіз індексним або будь-яким іншим методом);

5) проаналізувати тенденції зміни середньої собівартості на основні (додаткові) послуги.

5. Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства

У цьому підрозділі необхідно:

1) на підставі перелічених вище показників (доходів, витрат) скласти та проаналізувати звіт про фінансові результати діяльності підприємств;

2) проаналізувати тенденцію зміни основних фінансових результатів діяльності підприємств (валового прибутку, результату від операційної діяльності, чистого прибутку);

3) застосувати до вищеперелічених показників метод рядів динаміки і графічний метод;

4) розрахувати показники ефективності діяльності підприємств (загальну рентабельність витрат, рентабельність витрат основної діяльності, чисту рентабельність витрат) як по підприємствам в цілому, так і по кожному виду здійснюваної діяльності (або окремим послугам, туристським напрямом, туристським продуктам та ін.)

Робота обов'язково повинна містити текстове пояснення розрахованих показників. При побудові графіків обов'язково необхідно підписувати осі, проставляти значення аналізованих показників (підписи даних), указувати назву рисунків.

2. Ресурсний потенціал території (регіону, міста, дестинації) досліджується в тому випадку, коли необхідно обґрунтувати:

- розвиток окремих видів туризму на певній території (регіону, міста, дестинації);

- розвиток рекреації, відпочинку, екскурсійної діяльності на певній території (регіону, міста, дестинації);

- розробку програми перебування туристів на певній території (в регіоні, місті, дестинації);

- розробку концепції розвитку туризму на певній території (в регіоні, місті, дестинації);

- доцільність використання окремих історико-культурних пам'яток як об'єкти туризму на певній території (в регіоні, місті, дестинації);

- доцільність використання туристсько-рекреаційного, історико-культурного, природного та інших видів потенціалу в туристських цілях;

- необхідність створення і засади функціонування туристських інформаційних центрів;

- шляхи залучення туристів до окремих регіонів (міст, дестинацій);

- розробку стратегії розвитку туризму на певній території (в регіоні, місті, дестинації).

Дослідження ресурсного потенціалу території (регіону, міста, дестинації) не передбачає аналіз діяльності окремого підприємства сфери туризму і включає наступні підпункти:

1. Аналіз розвитку ринку туристських послуг (регіону, міста, дестинації)

У даному підрозділі необхідно проаналізувати наступні питання:

- динаміку туристських потоків (в'їзних, виїзних, внутрішніх);

- структура в'їзного, виїзного та внутрішнього туристського потоку за країнами походження;

- структура в'їзного, виїзного та внутрішнього туристського потоку за метою відвідування;

– динаміку валютних надходжень від туристської діяльності в рамках країни, регіону, міста, дестинації з обов'язковим порівнянням з іншими аналогічними регіонами, містами, дестинаціями або країнами;

– показники зайнятості у сфері туризму;

– показники середньої заробітної плати у сфері туризму з обов'язковим порівнянням з іншими аналогічними регіонами, містами, дестинаціями або країнами; обсяг залучення інвестицій в розвиток сфери туризму країни,

2. Аналіз розвитку туристської інфраструктури країни (регіону, міста, дестинації)

У даному підрозділі необхідно проаналізувати наступні питання:

– динаміку кількості засобів розміщення та їх структуру;

– динаміку одноразової місткості засобів розміщення та їх структуру;

– динаміку середньої вартості розміщення на підприємствах готельного типу;

– мережу підприємств ресторанного господарства);

– динаміку кількості, структури та одноразової місткості рекреаційних підприємств, у т.ч. санаторно-курортних підприємств, баз відпочинку, дитячих таборів, інших закладів рекреаційного призначення;

– динаміку кількості обслугованих рекреантів в рекреаційних підприємствах, у т.ч. санаторно-курортних підприємствах, базах відпочинку, дитячих таборах, інших закладах рекреаційного призначення;

– динаміку розвитку та структуру інших інфраструктурних підрозділів сфери туризму (транспорт, у т.ч. обсяги пасажирських перевезень, зв'язок, побутове обслуговування, сфера культури (музеї, театри, концертні зали, кінотеатри та ін.).

3. Економічні аспекти розвитку туризму території (регіону, міста, дестинації)

У даному підрозділі необхідно проаналізувати наступні питання:

– динаміку доходів туристських, готельних, рекреаційних, у т.ч. санаторно-курортних підприємств території (регіону, міста, дестинації);

– динаміку загальної собівартості послуг туристських, готельних, рекреаційних, у т.ч. санаторно-курортних підприємств території (регіону, міста, дестинації);

– динаміку фінансових результатів діяльності (валового, чистого прибутку (збитку), результату від операційної діяльності) туристських, готельних, рекреаційних, у т.ч. санаторно-курортних підприємств території (регіону, міста, дестинації);

– динаміку рентабельності витрат (основної діяльності, загальну, чисту), рентабельності продажів туристських, готельних, рекреаційних, у т.ч. санаторно-курортних підприємств території (регіону, міста, дестинації);

– динаміку податкових надходжень від туристської, готельної, рекреаційної, у т.ч. санаторно-курортної діяльності підприємств території (регіону, міста, дестинації);

– динаміку заборгованості по розрахунках з бюджетом туристських підприємств території (регіону, міста, дестинації);

– інші економічні аспекти здійснення туристської діяльності підприємств території (регіону, міста, дестинації).

3. Аналіз ресурсного потенціалу території (регіону, міста, дестинації)

У даному підрозділі необхідно проаналізувати наступні питання:

– динаміку та структуру природно-ресурсного потенціалу країни (регіону, міста, дестинації): мінеральних, водних, земельних, лісових, фауністичних, природних рекреаційних та ін.;

– динаміку кількості та сучасний стан, проблеми та перспективи використання пам'яток історії та архітектури;

– дослідити традиції (фольклор, народні промисли, інші специфічні традиції регіону) визнані додатковим критерієм туристичної атракційності.

Під час написання цього підрозділу студентам слід зробити акцент на розширеному дослідженні саме тієї складової потенціалу території (регіону, міста, дестинації), яка сформульована у темі випускної кваліфікаційної роботи (проекту).

3. Конкурентоспроможність підприємств туристської сфери досліджується у тому випадку, коли необхідно обґрунтувати:

- формування конкурентних переваг підприємств;
- підвищити конкурентоспроможність підприємств;
- конкурентну стратегію розвитку підприємств.

Аналіз конкурентоспроможності підприємства включає наступні підпункти:

1. Характеристика підприємств

Характеристика підприємств складається таким же самим чином, як і при аналізі господарської діяльності підприємства (див. п. 1).

2. Аналіз обсягу реалізованих послуг

Аналіз обсягу реалізованих послуг можна розглядати як індикатор конкурентоспроможності досліджуваних підприємств. Саме з цією метою виконується дослідження показників обсягу реалізації. Аналіз обсягу реалізованих послуг підприємств виконується таким самим чином, як і при аналізі господарської діяльності підприємства (див. п. 1), однак цей підрозділ має бути більш стислим. З нього можна виключити аналіз клієнтського потоку за метою відвідування, за географічною ознакою, середню тривалість перебування та інші економічні аспекти реалізації послуг, якщо вони безпосередньо не розглядатимуться як конкурентна перевага (або слабкий бік) аналізованого підприємства.

3. Аналіз ефективності діяльності підприємства

Ефективність діяльності разом з обсягом реалізованих послуг можна розглядати як індикатор конкурентоспроможності підприємств.

Аналіз ефективності діяльності підприємств виконується також, як при аналізі господарської діяльності підприємства (див. п. 1), а саме підпункту 5 «Аналіз фінансових результатів діяльності підприємств».

Однак для цілей аналізу конкурентоспроможності підприємств не обов'язково виконувати формування фінансових результатів діяльності (за

формою № 2 «Звіт з фінансових результатів діяльності підприємства»). Достатньо буде проаналізувати отриманий фінансовий результат за допомогою методу рядів динаміки і розрахувати показники ефективності діяльності підприємства (за видами рентабельності витрат). На аналізі останніх слід зупинитися більш детально. Особливу увагу слід приділити співвідношенню динаміки обсягу наданих послуг та чистого прибутку. Якщо виявлені тенденції є непропорційними, це опосередковано може свідчити про зміну конкурентного становища підприємства (його поліпшення або погіршення).

4. Аналіз конкурентоспроможності підприємств

Оцінка конкурентоспроможності підприємств проводиться по визначеним взаємопов'язаним етапам. Структурно цей процес наведений у вигляді типової схеми оцінки конкурентоспроможності на рис. 2.1.



Рисунок 2.1. Типова схема оцінки конкурентоспроможності підприємств

Після дослідження конкурентоспроможності підприємств згідно зазначених етапів, слід перейти до застосування методів оцінки конкурентоспроможності підприємств.

Найбільш відомі на сьогоднішній день методи оцінки конкурентоспроможності підприємства можна умовно розділити на дві групи: якісні та кількісні. Більш докладно класифікація методів конкурентоспроможності підприємств схематично наведена на рис. 2.2.



Рисунок 2.2. Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності підприємства

В процесі дослідження конкурентоспроможності підприємств студентам слід застосувати декілька методів оцінки для забезпечення комплексного підходу в дослідженні.

4. Маркетингові аспекти діяльності підприємств досліджуються в тому випадку, коли необхідно обґрунтувати:

- стратегію розвитку підприємств на певній території (країні, регіоні, місті, районі);
- підходи до вдосконалення системи просування послуг підприємств сфери туризму;
- підходи до вдосконалення системи стимулювання збуту, паблік рілейшенз;
- підходи до вдосконалення рекламної діяльності, в т.ч. системи розробки медіа-плану туристських підприємств на певній території;

– необхідність поліпшення бренду (іміджу) туристського (курортного) регіону (дестинації) або країни в цілому.

Аналіз маркетингових аспектів діяльності підприємств включає наступні підпункти:

1. *Характеристика підприємств*

Характеристика підприємств складається таким же самим чином, як і при аналізі господарської діяльності підприємства.

2. *При аналізі стратегії* підприємств певного регіону слід розглянути відповідний стратегічний набір (за кожним окремим елементом) та його відповідність реальним умовам господарювання. У разі виявлення відхилень – слід уточнити позиції, по яких необхідно скоригувати існуючий стратегічний набір.

Наступним кроком є вивчення життєвого циклу підприємств. Для цього додатково слід проаналізувати обсяг реалізації послуг, як при аналізі господарської діяльності підприємств, так і аналізу фінансових результатів діяльності підприємств. Це дасть змогу дослідити показники ефективності діяльності підприємств в динаміці, що, в свою чергу, свідчитиме про відношення до тієї чи іншої фази життєвого циклу підприємств.

Наступним кроком є аналіз головних загальних стратегічних альтернатив, які були обрані підприємством у минулому. Відповідно слід внести корективи з урахуванням виявлених «вузьких місць».

При аналізі *системи просування* послуг підприємств сфери туризму слід докладно проаналізувати систему просування за основними маркетинговими елементами (реклама, зв'язки з громадськістю, особистий продаж і стимулювання збуту).

Для цього слід проаналізувати обсяг реалізації послуг, як при аналізі господарської діяльності підприємства і визначити, який з маркетингових елементів є найбільш дієвим, а який не приносить підприємству ефективної віддачі. Таким чином, слід виконати зіставлення за витратами та доходами по кожному зі складових системи просування, порівняти віддачу від системи просування у вигляді загального чистого прибутку за аналізований період та в розрізі окремих елементів просування.

Окремий випадок аналізу системи просування є вдосконалення *системи стимулювання збуту, наблік релейшенз*.

За такої тематики виконують аналогічний наведеному вище аналіз, при цьому більше уваги приділяють складовим системи *стимулювання збуту* (як стимулювали збут, за допомогою яких заходів, яку віддачу принесли заходи з точки зору залучення клієнтів, прибутку підприємства, які «вузькі місця були виявлені», або, які диспропорції у співвідношенні «витрати – доходи – прибуток» слід усунути).

При аналізі *наблік рілейшенз* слід дослідити співвідношення доходів, витрат та обсягу залучених клієнтів (обсягу реалізації послуг) від кожного проведеного PR заходу за минулі 3 роки. В результаті визначити доцільність

подальшого їх проведення, розширення чи скорочення або зміну формату заходів, що проводяться та ін.

При аналізі *рекламної діяльності*, в т.ч. системи *медіа-плану* слід приділити увагу наступним питанням.

Проаналізувати обсяг наданих послуг як при аналізі господарської діяльності підприємств і визначити під впливом якої саме реклами було залучено найбільшу кількість клієнтів (туристів).

Проаналізувати собівартість послуг підприємств і визначити, яку питому вагу мали витрати на рекламну діяльність (за видами) протягом минулих трьох років; яку питому вагу мали витрати на рекламну діяльність (за видами) в структурі витрат на збут.

Проаналізувати співвідношення темпів зростання обсягу обслугованих клієнтів (туристів) або обсягу наданих послуг з темпами зростання витрат на рекламу.

Проаналізувати співвідношення темпів зростання обсягу обслугованих клієнтів (туристів) або обсягу наданих послуг з темпами зростання чистого прибутку.

Визначити величину витрат на рекламу в розрахунку на одного клієнта (туриста).

Проаналізувати методи формування рекламного бюджету та доцільності застосування того чи іншого методу для аналізованих підприємств.

В результаті проведеного аналізу слід дійти висновку щодо доцільності використання тієї чи іншої реклами (за видами) та раціональності формування рекламного бюджету (медіа-плану).

При аналізі *бренду (іміджу) регіону (міста, дестинації)*, слід приділити увагу дослідженню наступних питань:

1. *Характеристика демографічної ситуації та якості життя:*

- чисельність жителів за станом на 2010 рік (або пізніший рік);
- демографічна структура населення;
- кількість працюючих на 1 тис. жителів;
- середньомісячний заробіток одного працюючого;
- кількість або питома вага жителів міста (регіону), зайнятих у сфері

туризму.

2. *Розвиток рекреаційної діяльності та туризму.* Характеристика ресурсів для розвитку туризму:

- наявність об'єктів туристської привабливості: визначних пам'яток історії, культури, архітектури, мистецтва та ін.;
- наявність природних національних парків, заповідників, заказників та інших об'єктів природи, які охороняються державою;
- наявність інших об'єктів туристсько-рекреаційної привабливості;
- наявність туристських підприємств (туристських операторів, агентів, екскурсійних бюро), їх кількість, режим (сезон) роботи;

– характеристика діючих туристсько-екскурсійних маршрутів, оцінка ступеня включення об'єктів туристсько-рекреаційної привабливості до діючих маршрутів.

2. Характеристика екологічного стану регіону (міста, дестинації)

Характеристика техногенних факторів міста, об'єктів (підприємств), які є екологічною загрозою; стан водоймищ, атмосферного повітря; проблеми і перспективи поліпшення екологічної ситуації в місті.

3. Безпека регіону (міста, дестинації)

Характеристика криміногенної ситуації в регіоні (місті, дестинації). Динаміка правопорушень. Статистика інших загроз, притаманних досліджуваному місту.

При виконанні пунктів 1 – 4 в процесі аналізу бренду (іміджу) регіону (міста, дестинації) необхідно аналізувати відповідну статистичну інформацію за 3 – 5 років. Нemoжна обмежуватися констатацією фактів без їх статистичного підтвердження.

5. Атракційна привабливість регіону (міста, дестинації).

Характеристика ділових заходів, що проводилися в досліджуваному регіоні (місті, дестинації) одноразово або на постійній основі (конференцій, форумів, виставок, ярмарок та ін.).

Характеристика ділової інфраструктури регіону (міста, дестинації), яка є основою розвитку ділового туризму (виставкові холи, конференц-зали, торгівельно-виставкові, демонстраційні зали): кількість, технічний стан, рівень затребуваності.

Характеристика ділових кіл (ділових клієнтів), які залучені у проведення ділових заходів: туристи з яких країн, якої сфери діяльності, соціальний статус клієнтів. У разі проведення спеціалізованих ділових заходів, слід указати, яке підприємство (організація) є їх організатором.

За результатами дослідження атракційної привабливості регіону (міста, дестинації) слід скласти наступну таблицю.

Таблиця 2.1 Дослідження атракційної привабливості регіону (міста, дестинації)

Назва заходу	Термін проведення (дата)	Місце проведення	Характеристика заходу (діловий, розважальний та ін.)	Характеристика учасників
1.				
2.				
...				

За результатами систематизації наведених вище даних слід зробити висновки щодо атракційної привабливості досліджуваного регіону (міста, дестинації). SWOT-аналіз іміджу досліджуваної території.

6. *Аналіз іміджу регіону (міста, дестинації) за допомогою SWOT-аналізу*
На основі проведеної оцінки стану туристської галузі регіону (міста, дестинації) та його інфраструктури необхідно визначити можливості й обмеження, переваги й недоліки при формуванні концепції розвитку туризму на території, що досліджується.

5. Організаційно-економічні аспекти управління досліджують в тому випадку, коли слід обґрунтувати:

- підходи до удосконалення процесу управління якістю послуг на підприємствах;
- підходи до удосконалення процесу управління витратами підприємств;
- підходи до удосконалення економічних методів управління на туристських підприємствах;
- підходи до удосконалення логістичних методів управління на туристських підприємствах;
- підходи до удосконалення системи антикризового управління на підприємствах;
- підходи до удосконалення системи управління ризиками.
- підходи до удосконалення форм організації туристського бізнесу на основі франчайзингу.

У третьому розділі проектного-рекомендаційного на базі теоретичного узагальнення й аналізу обраної проблеми обґрунтовують нові підходи до її вирішення розробляють теоретичні, нормативні, методичні та практичні пропозиції, а також управлінські, організаційні та економічні заходи щодо усунення виявлених недоліків, удосконалення діяльності відповідного підприємства, організації, установи або дестинації. Бажаним підрозділом проектного-рекомендаційного розділу є результати оцінки економічної та соціальної ефективності проектних пропозицій, обумовлених темою проекту.

Проектний-рекомендаційний розділ може бути побудований у двох формах:

1. Розробка однієї ідеї, яка за своєю сутністю буде комплексним заходом з удосконалення досліджуваного предмету.
2. Обґрунтування декількох заходів (двох і більше), пов'язаних між собою ідеєю вдосконалення об'єкта проектування.

Вибір форми побудови проектного розділу визначають за темою випускної кваліфікаційної роботи (проекту) і результатами попередніх досліджень.

1. В випускній кваліфікаційній роботі (проекті), який присвячений розробці та впровадженню **нових видів туризму**, забезпеченню розвитку певних видів туризму на досліджуваній території (регіоні, місті, країні, дестинації та ін.), необхідно розробити:

- організаційно-економічні (соціально-економічні, організаційно-правові та ін.) механізми розвитку досліджуваних видів туризму з урахуванням інтересів держави, приватного сектору та споживачів відповідних послуг;

- схеми рекреаційно-туристського зонування України та районування певних областей з урахуванням розвитку досліджуваних видів туризму;
- регіональні програми розвитку досліджуваних видів туризму, а також нові маршрути для туристських груп в Україні та регіоні.

Тематика випускної кваліфікаційної роботи (проекту) першого типу також передбачає розробку проектів з розвитку інфраструктури тієї території, яку передбачається залучити під розвиток досліджуваних видів туризму; проекти зі створення нових об'єктів туристської привабливості та залучення їх до туристських маршрутів.

2. В випускній кваліфікаційній роботі (проекті), який передбачає дослідження **ресурсного потенціалу території**, в проектній частині необхідно розробити проекти з:

- нарощування ресурсного потенціалу розвитку туризму, його раціонального використання;
- проекти з активізації туристської активності на досліджуваній території;
- обґрунтувати перспективні спеціалізації туристсько-рекреаційної діяльності та сформулювати відповідні туристсько-рекреаційні центри;
- розробити проекти із вдосконалення принципів і методів оптимізації рекреаційної діяльності, формування, використання та розвитку природно-рекреаційного потенціалу конкретної територіальної одиниці;
- розробити пропозиції щодо компонування та територіальної організації рекреаційних зон.

Як і в випускних кваліфікаційних роботах (проектах) першого блоку, тут можуть бути запропоновані організаційно-економічні (соціально-економічні, організаційно-правові та ін.) механізми розвитку потенціалу території (регіону, міста, дестинації).

3. В випускній кваліфікаційній роботі (проекті), який присвячений **підвищенню конкурентоспроможності підприємств** туристичної сфери, необхідно розробити:

- методичні основи та інструментарій оцінки конкурентоспроможності туристських підприємств;
- конкурентні стратегії розвитку досліджуваної території (регіонів, міст, країни, дестинацій та ін.) з урахуванням інтересів суб'єктів туристської діяльності.

Ці стратегії мають передбачати як кількісне, так і якісне зростання показників розвитку туристської сфери, досягнення переходу її на новий рівень розвитку, що сприятиме зростанню переваг у виборі туристами досліджуваної території як місця відпочинку.

4. В випускній кваліфікаційній роботі (проекті), який передбачає дослідження **маркетингових аспектів діяльності підприємств області, регіону, кластеру, дестинації** необхідно розробити проекти щодо:

- вдосконалювання шляхів маркетингових досліджень туристично - рекреаційного продукту, обґрунтування механізму й практичної реалізації маркетингових досліджень туристсько-рекреаційного продукту;

- методичні підходи щодо формування та удосконалення системи маркетингових комунікацій вітчизняних туристичних (готельних, курортних) підприємств.

Випускна кваліфікаційна робота (проект) четвертого типу також передбачає розробку:

- моделей (механізмів) управління інтегрованими маркетинговими комунікаціями туристичних підприємств певної території, моделей (механізмів) організації комунікаційної взаємодії суб'єктів туристської діяльності в Україні;
- алгоритмів визначення оптимізованої структури витрат на систему маркетингових комунікацій туристських підприємств;
- етапів розробки іміджу (бренду) досліджуваної території (включаючи іміджеве позиціонування, створення візуальних символів, проектів з організації подій та заходів, формування репутації і просування досліджуваної території).

5. У випускній кваліфікаційній роботі (проекті), який передбачає **дослідження організаційно-економічних аспектів управління** (якістю послуг, витратами, економічні, логістичні методи управління, управління ризиками, франчайзингові форми управління), необхідно розробити проекти щодо:

- формування організаційно-економічного (соціально-економічного, організаційно-правового) механізму управління інвестиційною діяльністю (якістю послуг, витратами, ризиками, франчайзинговою діяльністю);

- механізми державного регулювання (якістю послуг, витрат, економічні, франчайзингових форм управління),

- розробки сценаріїв розвитку туристичних потоків, в тому числі й іноземних, та фінансово-економічних показників діяльності туристичних організацій досліджуваного регіону (країни, міста, дестинації);

- вдосконалення моделей регіональних туристських кластерів;

- механізмів розвитку рекреаційно-туристичних комплексів (на основі підвищення якості, оптимізації витрат, розвитку франчайзингу та ін.) та його прискоренням;

- розробити моделі джерел фінансування для активізації малих підприємств у туристичному (рекреаційному) комплексі досліджуваної території;

- рекомендувати розробки моделі оптимальної організації форм малих підприємств у рекреаційному комплексі.

Обсяг третього розділу повинен становити 30-35 % загального обсягу випускної кваліфікаційної роботи (проекту).

У висновках та пропозиціях рекомендується викласти підсумки проведеного дослідження, основні наукові та практичні результати, що одержано, рекомендації щодо їх науково-практичного використання.

Формулювання висновків повинно базуватися на матеріалах основної частини роботи. У висновку необхідно порівняти отримані результати із поставленими завданнями. У цій частині випускної кваліфікаційної роботи (проекту) чітко й стисло наводяться власні пропозиції щодо розв'язання проблемних питань відповідного об'єкта дослідження. Для формулювання висновків та ґрунтовних

пропозицій рекомендується апробація основних положень дослідження на наукових конференціях, семінарах, публікації у наукових виданнях. Окремі пропозиції, які мають практичне спрямування, можуть бути підтверджені довідкою про впровадження з базового підприємства.

До списку використаних джерел слід включати джерела, на які у тексті є посилання. Список складається із законодавчих актів, нормативно-довідкових матеріалів, вітчизняної та зарубіжної наукової, навчально-методичної та спеціальної літератури, фахових видань, ресурсів Інтернет.

При виконанні роботи забороняється дослівне списування тексту з літературного джерела, нормативних матеріалів. Якщо за текстом необхідно навести цитату, вона береться в лапки з посиланням на відповідне джерело.

У додатках наводяться допоміжні матеріали у вигляді: копій документів, витягів із законодавчо-нормативних документів, звітів, окремих інструкцій/положень/правил, результатів соціологічних опитувань, громіздких таблиць, рисунків тощо.

Орієнтовний зміст випускної кваліфікаційної роботи (проекту) наведено в додатку В.

Рекомендований обсяг випускної кваліфікаційної роботи (проекту) – 90-110 сторінок (у т.ч. обсяг таких складових, як вступ, висновки та пропозиції – до 5–6 сторінок). До цього обсягу не включають список використаних джерел та додатки. Допускається відхилення в межах $\pm 10\%$.

1.1. Написання та оформлення реферату

За рішенням кафедри здобувачі пишуть реферат, який містить загальну характеристику випускної кваліфікаційної роботи (проекту) (інформацію щодо структури, кількості додатків, ілюстрацій, таблиць, використаних джерел; обсяг випускної випускної кваліфікаційної роботи (проекту) у сторінках) та стислий виклад основного змісту (за розділами), висновків та анотації.

Обсяг реферату – до 3 сторінок з одиничним інтервалом та нумерацією сторінок окремо від нумерації сторінок випускної кваліфікаційної роботи (проекту). Першою сторінкою реферату є його титульний аркуш, який не нумерується (Додаток Б). Реферат випускної кваліфікаційної роботи (проекту) **не потрібно** підшивати разом з випускною кваліфікаційною роботою (проектом) у тверду обкладинку.

3. ОСНОВНІ ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ ВИПУСКНОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ (ПРОЕКТУ)

3.1. Вимоги до оформлення основного тексту та використаних джерел

У процесі підготовки випускної кваліфікаційної роботи (проекту) слід застосувати методичні й технічні прийоми наукової роботи.

Норми наукової комунікації суворо регламентують характер викладу інформації, передбачаючи відмову від висловлювання власної думки від першої особи. У зв'язку з цим вживаються мовні конструкції, в яких замість особового займенника «я» вживається займенник «ми», оскільки дослідження особи, яка здобуває освітній ступінь магістра здійснюється під постійним консультуванням з боку керівника.

Особа, яка здобуває освітній ступінь магістра, повинна уміти оформлювати результати досліджень відповідно до вимог.

Випускна кваліфікаційна робота (проект) має бути написана українською літературною мовою, без плагіату (наприклад, запозичення наукових термінів, цитат зі статей, монографій, підручників та з мережі Інтернет без певних посилань на них). Робота не повинна носити компілятивний характер.

Написання випускної кваліфікаційної роботи (проекту) іншою, ніж державна мова, можливе за поданням факультету та погодженням директора.

Вимоги до оформлення основного тексту та використаних джерел

Оформлення випускної кваліфікаційної роботи (проекту) має відповідати загальним вимогам до наукових робіт згідно з державним стандартом ДСТУ 3008-95 «Документація. Звіти у сфері науки та техніки. Структура і правила оформлення».

Набір тексту випускної кваліфікаційної роботи (проекту) здійснюється на комп'ютері через 1,5 міжрядкових інтервали (29–30 рядків на сторінці), друк – на принтері з одного боку аркуша білого паперу формату А4 (210×297 мм), шрифт текстового редактора - Word Times New Roman чорного кольору. Висота шрифту – 14 мм. Поля: зліва – 30 мм, справа – 15 мм, зверху і знизу – не менше 20 мм. Шрифт друку повинен бути чітким, щільність тексту – однаковою.

Кожну структурну частину роботи починають з нової сторінки. Заголовки структурних частин роботи: **"ЗМІСТ", "ВСТУП", "РОЗДІЛ", "ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ", "СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ", "ДОДАТКИ"** великими літерами жирним шрифтом симетрично до тексту по центру сторінки (без крапки).

Зміст має відповідати плану роботи. На сторінці зі змістом зазначається номер початкової сторінки кожної складової випускної кваліфікаційної роботи (проекту). Якщо у роботі наводяться маловідомі скорочення, нові символи,

позначення, то їх перелік надається перед вступом і вноситься до змісту як «Перелік умовних позначень».

Сторінки роботи нумеруються арабськими цифрами (без знака №) у правому верхньому куті сторінки.

Першою сторінкою роботи є титульна, яка враховується в нумерацію, але не нумерується. На титульному аркуші зазначають повну назву навчального закладу та його відомчу підпорядкованість, факультет, кафедру, на якій виконана робота, тему роботи, дані про здобувача, наукового керівника та консультанта, місто та рік подання роботи до захисту. Скорочення в назвах навчального закладу та теми роботи не допускаються. Зразок Додаток Б – приклад оформлення титульного аркуша.

Текст **основної частини** випускної кваліфікаційної роботи (проекту) поділяють на розділи, підрозділи (можливо пункти). Кожний розділ починають з нової сторінки.

Зміст, перелік умовних позначень, вступ, висновки та пропозиції, список використаних джерел не нумерують.

Номер розділу ставлять після слова "РОЗДІЛ", без крапки, а потім з нового рядка друкують заголовок розділу.

Підрозділи нумерують у межах кожного розділу. Номер підрозділу складається з номера розділу і порядкового номера підрозділу, між якими ставлять крапку. Наприкінці номера підрозділу ставиться крапка. Наприклад: "2.3." (третій підрозділ другого розділу), за якою у тому ж рядку зазначають заголовок підрозділу. Заголовки підрозділів друкують маленькими жирними літерами (крім першої великої) з абзацного відступу. Наприкінці заголовка крапки не ставлять.

В окремих випадках у випускних кваліфікаційних роботах (проектах) підрозділи можуть бути поділені на пункти, які нумерують у межах кожного підрозділу. Номер пункту складається з порядкових номерів розділу, підрозділу, між якими ставлять крапку. Наприкінці номера ставиться крапка, наприклад: "1.3.2." (другий пункт третього параграфу першого розділу).

Між заголовком і основним текстом випускної кваліфікаційної роботи (проекту) має бути пропущено 2 рядки.

Посилання в тексті на джерела наводять у квадратних дужках із зазначенням джерела та сторінки (крім газетних статей і випадків, коли посилаються на джерело в цілому). Перша цифра у квадратних дужках відповідає номеру джерела у списку використаних джерел, друга цифра – номеру сторінки. Наприклад, [32, с. 85].

Фактичні та статичні дані наводяться в однакових одиницях виміру: абсолютних (грн, дол. США, т, м, шт., г, ккал інші) або відносних %.

Оформлення посилань. При опрацюванні літератури, періодичних видань та складанні записів, слід звернути увагу на те, що вони можуть бути повними і точними (дослівно) або скороченими (короткий виклад). Так, наприклад, можна зробити: детальний запис основних положень робіт, фактичного матеріалу тощо; короткі записи зі своїми роздумами або без них; виписки у вигляді цитат.

Під час роботи з різними джерелами (наукова та навчальна література, періодичні видання) здобувач виписує цитати. Науковий етикет вимагає точно відтворювати цитований текст, бо найменше скорочення може спотворити зміст, викладений автором. У теоретичній частині на одній сторінці тексту можна наводити 2-3 цитати різних авторів.

Загальні вимоги до цитування такі:

1) текст цитати починається і закінчується лапками і наводиться в граматичній формі, в якій він поданий в джерелі, із збереженням особливостей авторського написання. Наукові терміни, запропоновані іншими авторами, не виділяються лапками, за винятком тих, що викликали загальну полеміку. У цих випадках використовується вираз «так званий»;

2) цитування має бути повним, без довільного скорочення авторського тексту і без перекручень думок автора. Пропуск слів, речень, абзаців при цитуванні авторського тексту позначається трьома крапками, які можуть ставитися на початку, всередині та в кінці цитати;

3) кожна цитата обов'язково супроводжується посиланням на джерело;

4) при непрямому цитуванні (переказ, виклад думок інших авторів своїми словами) слід бути максимально точним щодо думок автора, коректним в оцінюванні його результатів і робити відповідні посилання на джерела;

5) цитування повинно бути оптимальним, враховуючи, що надмірне цитування створює враження копіїлювності, а недостатнє – знижує наукову цінність викладеного матеріалу.

Рекомендується робити посилання на останні видання авторів, публікації, з яких запозичені матеріали або окремі результати. На більш ранні видання можна посилалися у тих випадках, коли праці, в яких міститься необхідний матеріал, не перевидавалися.

При використанні відомостей, матеріалів з монографій, оглядових статей, інших джерел, що мають велику кількість сторінок, в посиланні слід точно вказати номери сторінок, ілюстрацій, таблиць, на які є посилання в роботі.

Ілюстрований матеріал (окремі слова і вирази) наводять курсивом, в лапках (також курсивом) подають цитати з посиланням на автора та через кому на сторінку (прямим шрифтом).

Наприкінці випускної кваліфікаційної роботи (проекту) розміщується **список використаних джерел**. Рекомендована кількість джерел - не менше 100. До цього списку включаються всі публікації вітчизняних і зарубіжних авторів, на які є посилання в роботі. Всі джерела вказуються тією мовою, якою вони видані.

При складанні списку використаних джерел необхідно дотримуватися національного стандарту ДСТУ ГОСТ 7.1:2006 «Система стандартів з інформації, бібліотечної та видавничої справи. Бібліографічний запис. Бібліографічний опис. Загальні вимоги та правила складання». Він прийнятий для уніфікації складання бібліографічного опису на міжнародному рівні, забезпечення можливості обміну результатами каталогізації.

Основними елементами бібліографічного опису є інформація про: автора (-ів); назву твору; вид видання (за потреби – про перевидання чи переклад); місце видання; видавництво; рік видання; обсяг публікації. Список формують: або за прізвищами авторів в алфавітному порядку (за першою літерою назви твору) або за порядком посилання на джерела у тексті (література іноземними мовами наводиться в кінці списку).

Праці авторів з однаковими прізвищами подають у списку за їхнініціалами в алфавітному порядку, одного автора – за першою літерою назви його праці. Прізвища авторів наводять у послідовності їх подання у виданні та розділяють комами. Праці чотирьох і більше авторів подають за прізвищем першого з них, додаючи «та ін.».

Якщо у випускній кваліфікаційній роботі використано *праці, які розповсюджено на правах рукопису* (кандидатські, докторські дисертації, автореферати дисертацій), то при бібліографічному описі використовують інформацію, подану на титульному аркуші.

Журнальні статті описують за схемою: прізвище автора (авторів), назва статті, зона відповідальності, назва журналу, рік видання, номер журналу, сторінки, на яких надрукована стаття.

Газетні статті описуються за схемою: прізвище автора (авторів), назва статті, зона відповідальності, назва газети, рік видання, число і місяць, сторінки, на яких надрукована стаття.

Статті, опубліковані в наукових збірниках, описують за схемою: автор, назва статті, назва збірника, дані про наукового редактора, місце видання, видавництво, рік видання, сторінки.

У списку можуть бути наведені посилання на публікації у мережі Інтернет. Відповідно до стандарту ISO 690-2 бібліографічний опис таких джерел передбачає запис джерела (відповідно до вимог бібліографічного опису книги, статей періодичних видань), після якого у квадратних дужках зазначають слово Цит., дату відвідання сторінки в Інтернеті та зазначають: Доступний з: і в < > URL адресу сторінки.

3.2. Оформлення допоміжних матеріалів

До допоміжних матеріалів відносять: ілюстрації (схеми, діаграми, графіки, креслення тощо), формули, таблиці, додатки.

Ілюстрації позначають словом «Рисунок» і нумерують послідовно в межах розділу, за винятком ілюстрацій, поданих у додатках. Номер ілюстрації складається з номера розділу та порядкового номера ілюстрації через крапку.

Номер, назва ілюстрації та пояснювальні підписи розміщують послідовно під ілюстрацією по центру. Наприклад, другий рисунок першого розділу:

Рисунок 1.2. _____
назва

Ілюстрації слід наводити безпосередньо після тексту, де вони згадані вперше, або на наступній сторінці. Ілюстрації, розміщені на окремих сторінках роботи, включають до загальної нумерації сторінок. Ілюстрацію, розміри якої більше формату А4, рекомендується розміщувати у додатках. За потреби, ілюстрації доповнюють поясненнями, або коментарем.

Цифровий матеріал необхідно подавати у вигляді таблиць.

Приклад побудови таблиці

Таблиця 2.1

назва таблиці

Шапка				

Боковик (заголовки рядків) Графи (колонки)

Заголовки граф
Підзаголовки граф

Рядки (горизонтальні)

Таблицю бажано розміщувати на одній сторінці та слід розташовувати безпосередньо після тексту, у якому вона згадується вперше, або на наступній сторінці.

Таблиці нумерують арабськими цифрами наскрізною нумерацією в межах розділу, за винятком таблиць, що наводяться у додатках. Номер таблиці складається з номера розділу і порядкового номера таблиці, відокремлених крапкою, наприклад, таблиця 2.1 – перша таблиця другого розділу. **Назву таблиці друкують жирним шрифтом малими літерами** (крім першої великої) і розміщують над таблицею. Назва має бути стислою і відбивати зміст таблиці. Потрібно уникати повторів тематичного заголовка у заголовках граф. Лаконічності потребують і назви заголовків рядків. Слова, що повторюються, слід виносити до узагальнюючих заголовків, об'єднувальних рубрик.

При поділі таблиці на частини допускається її шапку або заголовки рядків замінити відповідно номерами граф чи рядків, нумеруючи їх арабськими цифрами у першій частині таблиці.

Заголовки граф таблиці починають з великої літери, а підзаголовки – з малої, якщо вони складають одне речення з заголовком. Підзаголовки, що мають самостійне значення, пишуть з великої літери. В кінці заголовків і підзаголовків таблиць крапки не ставлять. Заголовки і підзаголовки граф указують в однині.

У таблиці слід обов'язково зазначати одиницю виміру (відповідно до стандартів); числові величини повинні мати однакову кількість десяткових знаків.

Якщо цифрові або інші дані в якому-небудь рядку таблиці не наводяться, то в ньому ставиться прочерк «-».

Формули нумерують у межах розділу. Номер формули складається з номера розділу та порядкового номера формули в розділі, відокремлених крапкою.

Номери формул пишуть біля правого поля сторінки на рівні відповідної формули у круглих дужках, наприклад: (2.1) (перша формула другого розділу). Посилання на формули зазначають порядковим номером формули в дужках, наприклад «... у формулі (2.1)».

Пояснення значень символів і числових коефіцієнтів формули наводять під нею в тій послідовності, в якій вони подані у формулі. Значення кожного символу і числового коефіцієнта записують з нового рядка. Перший рядок пояснення починають зі слова «де» без двокрапки.

Кожна формула відокремлюється від тексту одним вільним рядком.

Якщо рівняння не вміщується в один рядок, його слід перенести після знаків: (=), (+), (-), (×), (:). Вище і нижче формули повинно бути залишено не менше одного вільного рядка.

Формули та рівняння виконуються у формульному редакторі Microsoft Equation 3.0 або MathType 4.0 Equation, розташовуються безпосередньо після тексту, в якому вони згадуються, посередині рядка.

Вище і нижче формули повинно бути залишено не менше одного вільного рядка.

Наприклад:

Досліджувані показники якості переводяться у безрозмірний вигляд за допомогою формули:

$$P_i = \frac{p_i - p_i^{br}}{p_i^{et} - p_i^{br}} \quad (2.1)$$

де P_i - показник якості у безрозмірному вигляді;

p_i - і-тий показник якості у натуральному вигляді (абсолютний показник якості);

p_i^{br} - бракувальний показник якості (найгірший дозволений);

p_i^{et} - еталонний показник якості (найкращий).

Додатки оформлюються як продовження наукової роботи на наступних її сторінках, розміщуючи їх у порядку появи посилань у тексті.

До додатків рекомендується включати матеріал, який:

- є необхідним для повноти звіту, але включення його до основної

частини звіту може змінити впорядковане й логічне уявлення про роботу;

- не може бути послідовно розміщений в основній частині звіту через великий обсяг або способи відтворення; може бути вилучений для широкого кола читачів, але є необхідним для фахівців даної галузі.

Наприклад, додаткові ілюстрації або таблиці; проміжні математичні доведення, формули та розрахунки; таблиці допоміжних цифрових даних; анкети, тести, програми; інструкції і методики; опис алгоритмів і програм розв'язання задач на ПК, які розроблені у процесі роботи над дослідженням; ілюстрації допоміжного характеру. Кожний додаток друкується з нової сторінки.

Додаток повинен мати заголовок, надрукований угорі малими літерами з першої великої симетрично відносно тексту сторінки. По центру рядка малими літерами з першої великої друкується слово «Додаток_» (але без знака №) і велика літера, що позначає додаток. Наприклад: «Додаток А».

Додатки позначаються великими літерами української абетки, за винятком Г, Є, І, Ї, Й, О, Ч, Ь. Наприклад: Додаток А, Додаток Б.

Текст кожного додатка, може бути поділений на розділи й підрозділи, які нумерують у межах кожного додатка. У цьому випадку перед кожним номером ставлять позначення додатка (літеру) і крапку.

Наприклад: А.2 – другий розділ Додатку А; В.3.1 – перший підрозділ третього розділу Додатку В.

Ілюстрації, таблиці та формули, розміщені в додатках, нумерують у межах кожного додатка. Наприклад: рис. Д.1.2 – другий рисунок першого розділу Додатку Д; формула (А.1) – перша формула Додатку А.

У разі якщо зміст додатка не вміщується на одну сторінку, то на наступній сторінці у верхньому правому кутку зазначається «Продовження додатку».

4. ЗАХИСТ ВИПУСКНОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ (ПРОЕКТУ)

4.1. Підготовка випускної кваліфікаційної роботи (проекту) до захисту та його організація

До захисту випускної кваліфікаційної роботи (проекту) допускаються здобувачі, які успішно склали заліково-екзаменаційну сесію та виконали програму практики.

Випускна кваліфікаційна робота (проект) подається науковому керівникові для перевірки змісту та структури у строки, визначені у Завданні на випускну кваліфікаційну роботу (проект), але не пізніше 15 днів до засідання екзаменаційної комісії.

Процес підготовки випускної кваліфікаційної роботи (проекту) систематично контролює науковий керівник відповідно до календарного графіка, затвердженого випусковою кафедрою.

Науковий керівник перевіряє на відповідність встановленим вимогам оформлення роботи та надає відгук про випускна кваліфікаційна робота (проект), в якому зазначається:

- актуальність дослідження;
- сучасність використаних методів дослідження;
- рівень використання набутих у процесі навчання теоретичних знань при виконанні дослідження;
- вміння самостійно вирішувати наукові та практичні проблеми, логічно, послідовно, аргументовано викладати матеріал і робити висновки;
- повнота розкриття теми;
- перспективність запропонованих рекомендацій;
- недоліки роботи та зауваження;
- рекомендація до захисту.

Випускна кваліфікаційна робота (проект) обов'язково повинен бути рецензований. Рецензування випускної кваліфікаційної роботи (проекту) доручають висококваліфікованим фахівцям (викладачам і науковцям) НУБіП України, провідним спеціалістам виробничих, наукових і проектних організацій. Склад рецензентів затверджується деканом за поданням завідувача кафедри.

Рецензія від підприємства (установи, організації), за матеріалами якого проведено дослідження, завіряється підписом його керівника та відповідною печаткою. Цей документ необхідний для підтвердження достовірності викладених у випускній кваліфікаційній роботі (проекті) матеріалів щодо діяльності підприємства-об'єкта дослідження.

При рецензуванні випускної кваліфікаційної роботи (проекту) рекомендується визначати:

- новизну постановки і розроблення проблеми;
- використання наукових методів дослідження;
- аргументованість висновків і обґрунтованість пропозицій;

- вміння здобувача освітнього ступеня магістра чітко, грамотно й аргументовано викладати матеріал, правильно оформлювати його;
- недоліки та зауваження щодо змістової частини роботи, оформлення;
- висновок про можливість допуску до захисту.

Рецензія надається письмово і містить загальний висновок щодо рекомендації до захисту із зазначенням оцінки за прийнятою шкалою оцінювання знань у НУБіП України.

Негативний письмовий відгук наукового керівника або негативна рецензія щодо змісту випускної кваліфікаційної роботи (проекту) та отриманих результатів дослідження не є підставою недопущення до захисту.

За наявності рецензій та довідки з підприємства, випускна кваліфікаційна робота (проект) реєструється на кафедрі.

Здобувач не має права вносити зміни у випускну кваліфікаційну роботу (проект) після її реєстрації. Титульна сторінка (додаток Б) випускної кваліфікаційної роботи (проекту) містить підписи здобувача, наукового керівника, керівника відповідної освітньо-професійної програми, наукового консультанта.

На випускову кафедру здобувачі подають:

- випускну кваліфікаційну роботу (проект) і заповнене завдання зі всіма підписами та висновком наукового керівника;
- заяву про закріплення теми випускної кваліфікаційної роботи (проекту);
- рецензію організації, за матеріалами якої виконувалась робота;
- внутрішню рецензію;
- довідку про плагіат;
- реферат з анотацією;
- наукові публікації (2 статті);
- подання голові ЕК.

З метою визначення якості та ступеня готовності до захисту випускної кваліфікаційної роботи (проекту) випускова кафедра організовує попередній його захист з обов'язковою презентацією здобувачем основних положень.

Попередній захист випускної кваліфікаційної роботи (проекту) проходить із залученням профільних фахівців кафедри, за участі керівника освітньо-професійної програми та регламентується представленням графіку, який доводиться до відома здобувача.

Комісія робить узагальнений висновок про готовність випускної кваліфікаційної роботи (проекту) до захисту, про що ставить відповідну позначку в календарному плані на виконання випускної кваліфікаційної роботи (проекту).

Після успішного проходження попереднього захисту, випускна кваліфікаційна робота (проект) передається на розгляд завідувачу кафедри, який робить висновок про рекомендацію його до захисту на засіданні ЕК.

Здобувачі, випускні кваліфікаційні роботи (проекти) яких на попередньому захисті були оцінені позитивно, допускаються директором до

захисту на засіданні ЕК не пізніше, ніж за 5 днів до початку її роботи. У такий же термін здобувач подає на кафедру переплетений випускню кваліфікаційну роботу (проект).

Захист випускної кваліфікаційної роботи (проекту) відбувається прилюдно на засіданні екзаменаційної комісії, склад якої затверджується у встановленому порядку. Здобувач готує виступ на 10–12 хвилин звикористанням необхідного ілюстративного матеріалу – зміст та якість якого перевіряє науковий керівник. Кількість примірників роздаткового матеріалу повинна відповідати кількісному складу комісії. Зразок оформлення титульної сторінки ілюстративного матеріалу наведено у додатку Б.

За рішенням кафедри здобувачі пишуть реферат, який містить інформацію щодо структури, кількості додатків, ілюстрацій, таблиць, використаних джерел; обсяг випускної кваліфікаційної роботи (проекту) у сторінках та стислий виклад основного змісту (за розділами). Обсяг реферату - до 3 сторінок з одиничним інтервалом та нумерацією окремо від нумерації сторінок випускної кваліфікаційної роботи (проекту). Першою сторінкою реферату є його титульний аркуш, який не нумерується (додаток Б). Реферат випускної кваліфікаційної роботи (проекту) не підшивається разом з ним у тверду обкладинку.

У разі вибору здобувачем захисту випускної кваліфікаційної роботи (проекту) іноземною мовою, реферат повинен бути підготовлений цією ж мовою. Для одержання дозволу на захист роботи іноземною мовою здобувач подає на ім'я декана факультету заяву із візами завідувача кафедри сучасних європейських мов, керівника випускної кваліфікаційної роботи (проекту) та освітньо-професійної програми. До складу ЕК у такому випадку має бути включений викладач або фахівець-практик, який вільно володіє даною іноземною мовою.

Захист випускної кваліфікаційної роботи (проекту) може відбуватися у НУБіП України, або на базі підприємств, установ і організацій з якими укладені договори про співпрацю.

4.2. Загальні критерії оцінювання випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Під час виконання випускної кваліфікаційної роботи (проекту) здобувач демонструє: вміння логічно та аргументовано викладати матеріал, коректно використовувати статистичні, математичні та інші методи наукового дослідження, проводити експерименти; володіння навичками узагальнення, формулювання висновків; вміння працювати з літературними джерелами.

Критеріями оцінювання випускної кваліфікаційної роботи (проекту) є:

- чіткість, повнота та послідовність розкриття кожного питання плану і теми роботи в цілому;
- рівень розв'язання сформульованих завдань і досягнення поставленої мети дослідження;

- рівень наукового обґрунтування результатів проведеного дослідження;
- науковість стилю викладання;
- відсутність орфографічних і синтаксичних помилок;
- ступінь самостійності проведення дослідження та наявність власних міркувань, узагальнень висновків, результатів;
- правильне оформлення роботи відповідно до державних стандартів (при значних відхиленнях від встановлених вимог робота може бути взагалі недопущена до захисту або це суттєво вплине на загальну оцінку).

Випускна кваліфікаційна робота (проект), який не відповідає вимогам щодо змісту та оформлення, дотримання затвердженого плану, не містить матеріалів дослідження реального сектору економіки/ підприємства/ організації за обраною темою і обґрунтованих пропозицій, виконаний з порушенням затвердженого графіку, містить ознаки плагіату, а також не має рецензії та довідки з підприємства, до захисту не допускається, і за поданням витягу з протоколу засідання випускової кафедри, здобувач відраховується з НУБіП України (відповідно до Правил внутрішнього розпорядку та «Положення про організацію освітнього процесу у НУБіП України»).

Плагіатом вважається:

- перефразування частин тексту інших авторів без посилання на джерело;
- оприлюднення твору, написаного третьою особою на замовлення здобувача;
- копіювання письмових робіт інших здобувачів, викладачів, аспірантів, наукових співробітників;
- компіляції частин запозиченого тексту без введення їх у цитати.

ЕК оцінює рівень якості презентації основних результатів досліджень та відповідей на запитання під час захисту випускної кваліфікаційної роботи (проекту) - уміння стисло і чітко викласти результати дослідження, аргументовано відповісти на поставлені запитання, якісно презентувати результати дослідження.

При оцінюванні випускної кваліфікаційної роботи (проекту) ЕК враховує не лише якість самого наукового дослідження, його наукову новизну, практичну значущість, вміння захистити сформульовані положення та висновки, але і його оформлення відповідно до встановлених вимог.

Результати захисту випускної кваліфікаційної роботи (проекту) оцінюються за 100-баловою шкалою НУБіП України, яка відповідно переводиться в чотирибальову шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») та шкалу ЄКТС.

Випускна кваліфікаційна робота (проект), в якій виявлені недоліки у прийнятих рішеннях, обґрунтуваннях, розрахунках та висновках, не суттєві відхилення вимог державних стандартів допускається до захисту, але не може бути оцінений вище, ніж у діапазонах 60-68 та 69-74 бали (Е, D - за шкалою ЄКТС або «задовільно» - за національною шкалою).

Випускна кваліфікаційна робота (проект), в якій виявлені недоліки у прийнятих рішеннях, але обґрунтування, розрахунки та висновки не є

достатньо аргументованими, відсутні відхилення вимог державних стандартів, може бути оцінена у діапазонах 75-81 та 82-89 бали (С, В за шкалою ЄКТС або «добре» - за національною шкалою).

Випускна кваліфікаційна робота (проект), в якій відсутні недоліки у прийнятих рішеннях, обґрунтуваннях, розрахунках, аргументовані висновки та обґрунтовані пропозиції, дотримання вимоги державних стандартів, може бути оцінена у діапазоні 90-100 балів (А - за шкалою ЄКТС та «відмінно» - за національною шкалою).

Рішення щодо підсумкового оцінювання приймається більшістю голосів членів ЕК за результатами захисту з урахуванням висновків наукового керівника та рецензента.

Здобувач, який не захистив з поважних причин у встановлений строк випускну кваліфікаційну роботу (проект), має право на повторну атестацію протягом наступних трьох років під час роботи ЕК за цією ж спеціальністю. Якщо захист випускної кваліфікаційної роботи (проекту) визначається незадовільним, ЕК визначає, чи може здобувач подавати на повторний захист ту ж роботу з доопрацюванням, чи він повинен підготувати випускну кваліфікаційну роботу (проект) за новою темою.

Захист випускної кваліфікаційної роботи (проекту) за іншою темою можливий не раніше, ніж через рік.

**РЕКОМЕНДОВАНА ТЕМАТИКА
ВИПУСКНИХ КВАЛІФІКАЦІЙНИХ РОБІТ (ПРОЕКТІВ)
для здобувачів галузі знань 24 «Сфера обслуговування»,
спеціальності 242 «Туризм» спеціалізації «Міжнародний туристичний
бізнес»**

Розділ І. ТУРИСТИЧНА ПОЛІТИКА

1. Управління міжнародною інтеграційною діяльністю національної туристичної системи (на прикладі одного з видових чи регіональних ринків).
2. Механізми державного регулювання міжнародної туристичної політики України.
3. Стратегія розвитку міжнародного туризму визначеної дестинації України.
4. Впровадження міжнародного досвіду в розвиток визначеної туристичної дестинації України.
5. Використання досвіду зарубіжної країни (за вибором) у розвитку сільського зеленого туризму України.
6. Формування туристичного іміджу України на ринку зарубіжної країни (за вибором).
7. Просування туристичного бренду локальної дестинації України (за вибором) на ринок країн ЄС.
8. Формування стратегії розвитку смарт-туризму міста Києва.
9. Програма регіонального розвитку туризму (за окремими дестинаціями, регіонами, містами, локаціями туризму).
10. Концепція розвитку агро-рекреаційних кластерів в Україні.
11. Просування мега-іventів м. Києва на міжнародний ринок туристичних послуг.
12. Розвиток туристичного потенціалу (*назва*) області.
13. Впровадження міжнародного досвіду забезпечення послугами інклюзивних туристів в Україні
14. Розробка системи забезпечення якості туристичних послуг, як напряду інтеграції України в ЄС.
15. Просування туристичних продуктів групи «Наслідки війни» на міжнародний ринок
19. Поєднання туристичної та пропагандистської діяльності України на міжнародному туристичному ринку
20. Розробка системи заходів відродження оздоровчого туризму дітей у повоєнний період

Розділ ІІ. ТУРИСТИЧНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО

1. Розвиток підприємництва та планування міжнародного туристичного бізнесу.
2. Інноваційна стратегія міжнародного туроператора (корпорації, інтегрованої структури).
3. Бізнес-план створення міжнародного туроператора (комплексу).

4. Бізнес-план реконструкції туристичного (курортного) комплексу.
5. Інноваційний розвиток міжнародного туристичного оператора (корпорації, комплексу).
7. Інноваційна діяльність міжнародного туристичного оператора (корпорації, комплексу).
8. Інтеграційні технології підприємств туристичного бізнесу на міжнародному ринку.
9. Інновінг міжнародного туристичного оператора.
10. Система міжнародної дистрибуції туристичних послуг.

Розділ III. ТУРОПЕРЕЙТИНГ

1. Internet-технології у формуванні бізнес-процесів міжнародного туристичного оператора.
2. Інформаційні технології міжнародного туристичного оператора.
3. Інформатизація міжнародного туристичного бізнесу та його значення для України
4. Комунікаційна діяльність міжнародного туроператора.
5. Проектування інформаційної системи міжнародного туристичного оператора.
6. Впровадження концепції TQM в роботі міжнародного туристичного оператора
7. Інноваційні технології міжнародного туристичного оператора.
8. Реінжиніринг сервісних процесів міжнародного туристичного оператора.
9. Сервісне управління міжнародного туристичного оператора.
10. Система операційного менеджменту міжнародного туристичного оператора.
11. Організація партнерських відносин міжнародного туристичного оператора на основі логістики.
12. Система логістичного управління міжнародного туристичного оператора.
13. Логістична система міжнародного консолідованого туроператора.
14. Політика CRM міжнародного туристичного оператора.
15. Просування туристичного продукту дестинацій на міжнародному ринку.
16. Розроблення системи маркетингу співпраці міжнародного туристичного оператора.
17. Система інтегрованих маркетингових комунікацій міжнародного туристичного оператора.
18. Мобільні технології в просуванні туристичного продукту на міжнародний ринок.
19. Івент-маркетинг міжнародного туристичного оператора.
20. Формування бренду міжнародного туристичного оператора.
21. Конкурентоспроможність національного туристичного продукту на міжнародному ринку.
22. Туристичний потенціал національного туроперейтингу для виходу на міжнародний ринок.

23. Антикризове управління диверсифікованого туроператора при виході на міжнародний туристичний ринок.
24. Диверсифікація продуктового портфелю міжнародного туристичного оператора на ринку України.
25. Інтеграційні технології міжнародного туроператора.
26. Система дистрибуції послуг міжнародного готельного (туристичного) оператора на національному ринку.
27. Цифрові технології он-лайн збуту продукту міжнародного туристичного оператора.
28. Формування збутової мережі міжнародного туристичного оператора в середовищі Інтернет.
29. Технології інтеграційного зростання міжнародного туроператора.
30. Туроперейтинг національного продукту курортного туризму на міжнародному ринку.
31. Розвиток франчайзингової мережі туристичних агентств міжнародного туроператора.

РОЗДІЛ IV. ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ

1. Розроблення туристичного продукту DESTINATION курортного типу для міжнародного ринку лікувально-оздоровчих послуг.
2. Розроблення туристичного продукту для міжнародного ринку медичного туризму.
3. Управління національним туристичним продуктом (*на прикладі регіону*).
4. Формування привабливості туристичного продукту (*області, регіону, кластеру, DESTINATION*) на міжнародному ринку
5. Формування туристичного продукту (*назва област, регіону, кластеру, DESTINATION*) в сегменті культурного туризму на ринку країн ЄС.
6. Розроблення інноваційного продукту сільського зеленого туризму для міжнародного туристичного ринку.
7. Просування інноваційного продукту івентивного туризму на міжнародний ринок.
8. Просування продукту агро-рекреаційного кластеру на ринок міжнародного туризму.
9. Розробка екскурсійного продукту в сегменті в'їзного пізнавального туризму.
10. Формування мережі туристичних маршрутів гастрономічного туризму (*назва*) області.
11. Формування інноваційного туристичного продукту в сегменті екологічного туризму.
12. Розроблення національного туристичного продукту для міжнародного ринку.
13. Розробка пакету туристичних пропозицій «Наслідки війни» та їх просування на міжнародному ринку.
14. Проект розвитку інтеграційної туристичної діяльності з метою подолання повоєнних травматичних наслідків у дітей

15. Використання міжнародного досвіду у розробці пакету туристичних продуктів для подолання повоєнних травматичних наслідків у військовослужбовців

РОЗДІЛ V. ТУРИСТИЧНА ДЕСТИНАЦІЯ

1. Просування туристичної дестинації (*назва*) на міжнародний ринок.
2. Брендинг туристської дестинації (*назва*) на міжнародному ринку.
3. Розроблення туристичного бренду дестинації (*назва*).
4. Формування туристичного продуктового портфелю дестинації (*назва*).
5. Просування туристичного продукту дестинації (*назва*) на міжнародному ринку.
6. Мобільні технології у просуванні туристичного продукту дестинації (*назва*).
7. Позиціонування туристичного продукту дестинації (*назва*) на міжнародному туристичному ринку зарубіжних країн світу.
8. Розроблення стратегії сталого розвитку туризму в дестинації (*назва*).
9. Туристичний потенціал міжнародної туристичної дестинації (*назва*).
10. Формування іміджу туристської дестинації (*назва*) в мережі Інтернет.
11. Формування мережі туристичних маршрутів (*вид*) туризму на території (*назва*) області.
12. Формування стратегії конкурентоспроможності туристської дестинації в сегменті (*вид*) туризму.
13. Розвиток туристичного потенціалу локальної (*назва*) дестинації.
14. Управління туристичним продуктом дестинації (*назва*).
15. Розроблення інноваційного туристичного продукту дестинації (*назва*).
16. Формування бренду туристичної дестинації (*області, регіону, кластеру*).
17. Конкурентоспроможність курортної дестинації (*назва*) на міжнародному ринку лікувально-оздоровчого туризму.
18. Розвиток потенціалу дестинації (*назва*) гірськолижного туризму на міжнародному ринку.
19. Формування атрактивності туристичної дестинації (*назва*) на міжнародному ринку.
20. Формування системи маршрутів екологічного туризму в дестинації (*назва*).
21. Позиціонування дестинації (*назва*) на міжнародному ринку молодіжного туризму.
22. Система логістичного управління міжнародного туристичного оператора
23. Імпелементація міжнародного досвіду адаптації туристичної діяльності дестинації в умовах війни.
24. Формування туристичних пропозицій дестинацій, які постраждали від війни для міжнародного споживчого ринку.

ДОДАТКИ

Завідувачу кафедри

ПІБ зав. кафедри

ПІБ здобувача

гр. _____, _____ курс,

спеціальність, спеціалізація, факультет

Заява

Прошу затвердити тему випускної кваліфікаційної роботи (проекту):

за матеріалами

повна юридична назва підприємства/організації/установи

дата

підпис здобувача

Міністерство освіти і науки України
Національний університет біоресурсів і природокористування України

Кафедра готельно-ресторанної справи та туризму

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА (ПРОЕКТ)

на тему:

назва теми

об'єкт дослідження

Здобувача вищої освіти
_____ курсу, _____ групи,
спеціальності (шифр, назва)
спеціалізації (назва)

Прізвище, ім'я,
по батькові

підпис здобувача

Науковий керівник
науковий ступінь
вчене звання

Прізвище, ім'я,
по батькові

підпис керівника

Гарант освітньої програми
науковий ступінь
вчене звання

Прізвище, ім'я,
по батькові

підпис гаранта

Київ 20__

Міністерство освіти і науки України
Національний університет біоресурсів і природокористування України

Кафедра готельно-ресторанної справи та туризму

РЕФЕРАТ
ВИПУСКНОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ (ПРОЕКТУ)
на тему:

назва теми

об'єкт дослідження

Здобувача вищої освіти
_____ курсу, _____ групи,
спеціальності (шифр, назва)
спеціалізації (назва)

підпис здобувача

Прізвище, ім'я,
по батькові

Науковий керівник
науковий ступінь
вчене звання

підпис керівника

Прізвище, ім'я,
по батькові

Гарант освітньої програми
науковий ступінь
вчене звання

підпис гаранта

Прізвище, ім'я,
по батькові

Київ 20__

**Міністерство освіти і науки України
Національний університет біоресурсів і природокористування України**

Кафедра готельно-ресторанної справи та туризму

**ІЛЮСТРАТИВНИЙ МАТЕРІАЛ
ДО ВИПУСКНОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ (ПРОЕКТУ)
на тему:**

назва теми

об'єкт дослідження

Здобувача вищої освіти
_____ курсу, _____ групи,
спеціальності (шифр, назва)
спеціалізації (назва)

_____ *підпис здобувача*

Прізвище, ім'я,
по батькові

Науковий керівник
науковий ступінь
вчене звання

_____ *підпис керівника*

Прізвище, ім'я,
по батькові

Гарант освітньої програми
науковий ступінь
вчене звання

_____ *підпис гаранта*

Прізвище, ім'я,
по батькові

Київ 20__

Орієнтовний зміст випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Тема: «Інформатизація міжнародного туристичного бізнесу та його значення для України»

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ

ІНФОРМАТИЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

1.1. Науково-теоретичні основи розвитку міжнародного туристичного бізнесу в умовах інформатизації суспільства під впливом глобалізаційних процесів

1.2. Міжнародні інституції з регулювання сфери інформатизації туристичних послуг у глобальному середовищі

1.3. Теоретико-методологічне обґрунтування дослідження глобальної інформатизації туристичного бізнесу в країнах світової економіки

РОЗДІЛ 2. ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

2.1. Глобальний ринок туристичних послуг: тенденції та структурні зміни

2.2. Оцінка впливу інформатизації на конкурентні переваги країн на глобальному ринку туристичних послуг

2.3. Аналіз інфраструктурного забезпечення розвитку інформаційних послуг у міжнародному туризмі

РОЗДІЛ 3. КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ

3.1. Критеріальна модель розвитку туристичного бізнесу в умовах інформатизації

3.2. Алгоритм управління розвитком інформаційних послуг у міжнародному туризмі

3.3. Концептуальні засади формування національної стратегії туристичного бізнесу в Україні

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

Тема: «Формування бренду міжнародного туристичного оператора»

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ МІЖНРОДНОЇ СТРАТЕГІЇ БРЕНДУ

- 1.1. Теоретичні основи поняття "бренду" та його структурні компоненти.
- 1.2. Особливості реклами в процесі здійснення комунікацій бренду та встановлення передумов сучасного брендингу.
- 1.3. Види брендів і брендових стратегій у процесі формування відносин на міжнародному ринку.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПРАКТИКИ МІЖНАРОДНИХ СТРАТЕГІЙ РЕКЛАМИ БРЕНДУ В КОМПЛЕКСІ МАРКЕТИГУ ТА В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ (НА ПРИКЛАДІ ТУРИСТИЧНОГО ОПЕРАТОРА «...»)

- 2.1. Моніторинг тенденцій розвитку концепції брендингу в системі маркетингових комунікацій на українському ринку
- 2.2. Діагностика особливостей рекламування брендів на міжнародному ринку туристичних послуг
- 2.3. Дослідження стратегій поведінки споживачів в комплексі маркетингу на різних етапах життєвого циклу бренду

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ТА ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ВПРЛИВУ РЕКЛАМИ НА СПОЖИВАЧІВ ТУРИСТИЧНИХ БРЕНДІВ НА ВІДЧИЗНЯНОМУ ТА МІЖНАРОДНОМУ РИНКАХ.

- 3.1. Вдосконалення основних напрямків забезпечення ефективності брендингу і визначення їх обмежень на прикладі сфери туристичних послуг
- 3.2. Оцінка моделі впливу реклами на споживачів туристичних брендів
- 3.3. Розробка стратегії бренд-орієнтованої реклами в комплексі маркетингу та в системі маркетингових комунікацій на міжнародних ринках

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

Міністерство освіти і науки України
Національний університет біоресурсів і природокористування України

Факультет (Інститут) _____ Кафедра _____
Спеціальність, спеціалізація _____

Затверджую
Зав. кафедри _____
«___» _____ 201__ р.

Завдання
на випускню кваліфікаційну роботу (проект) здобувачу

_____ (прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи (проекту) _____

Затверджена наказом директора від «___» _____ 20__ р. № _____

2. Строк здачі здобувачем закінченої роботи (проекту) _____

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи (проекту) _____

Мета роботи (проекту) _____

Об'єкт дослідження _____

Предмет дослідження _____

4. Перелік графічного матеріалу _____

5.Консультанти по роботі із зазначенням розділів, за якими здійснюється консультування:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв

6. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (проекту) (перелік питань за кожним розділом)

[illegible]

[illegible]

13. Висновок про випускний кваліфікаційний проект (роботу)

Гарант освітньої програми _____
(підпис, прізвище, ініціали)

«_____» 20__ p.