

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра готельно-ресторанної справи та туризму



«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Директор ННІ неперервної освіти і туризму
Іван ГРИЦЕНКО

«06» 2024 року

«СХВАЛЕНО»

на засіданні кафедри готельно-ресторанного бізнесу та туризму
Протокол №21 від «05» червня 2024 р.

Завідувач кафедри

Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО

«РОЗГЛЯНУТО»

Гарант ОП «Міжнародний туристичний бізнес»

Інна ЛЕВИЦЬКА

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ

Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Освітньо-професійна програма «Міжнародний туристичний бізнес»

ННІ неперервної освіти і туризму

Розробник: доцент кафедри готельно-ресторанної справи та туризму, к.е.н.,
доц. Андрій ТРИВАЙЛО

Київ – 2024 р.

1. Опис навчальної дисципліни

МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ

(назва)

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Освітній ступінь	магістр	
Спеціальність	242 «Туризм»	
Освітня програма	«Міжнародний туристичний бізнес»	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Обов'язкова	
Загальна кількість годин	180	
Кількість кредитів ECTS	6	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (за наявності)	-	
Форма контролю	Екзамен	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки (курс)	I курс	
Семестр	I	
Лекційні заняття	30 год.	
Практичні, семінарські заняття	30 год.	
Лабораторні заняття	-	
Самостійна робота	120 год.	
Індивідуальні завдання	-	
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання	2 год. 2 год.	

2. Мета, завдання та компетентності навчальної дисципліни

Метою вивчення дисципліни «Міжнародний туризм» є поглиблення і розширення теоретичних знань, вмінь та практичних навичок студентів у питаннях методології здійснення досліджень світових туристичних потоків, тенденцій їх формування та організації інституційного регулювання розвитку міжнародного туризму.

Завданням вивчення курсу «Міжнародний туризм» є теоретична та практична підготовка студентів з питань:

- формування та уніфікації термінології в сфері міжнародного туризму;
- організації статистичного обліку та спеціальних спостережень;
- діяльності міжнародних туристичних організацій;
- досвіду зарубіжних країн у побудові організаційних структур управління туристичною сферою;
- підходів до класифікації та сегментування туристичних ринків світу;
- специфічних особливостей та умов виходу України на міжнародний ринок туризму.

Студент повинен знати:

- характеристику впливу різних груп факторів на особливості функціонування та розвитку світової готельної та туристичної галузей;
- методологію статистичного обліку світових туристичних потоків;
- різновиди національних туристичних адміністрацій та умови їх діяльності в країнах світу.
- класифікаційні ознаки світових ринків готельних і туристичних послуг;
- принципову схему взаємодії суб'єктів світового туристичного ринку.

вміти:

- знаходити причинно-наслідкові зв'язки між явищами та процесами на світовому туристичному ринку;
- користуватися статистичними базами даних, що відображають динаміку світових туристичних потоків;
- здійснювати дослідження глобального та регіональних ринків туристичних послуг.

Набуття компетентностей:

Загальні компетентності (ЗК):

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

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

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК):

СК10. Здатність до визначення стратегічних завдань у розвитку міжнародного туристичного бізнесу.

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

Програмні результати навчання (ПРН):

ПРН5. Здійснювати комплексний аналіз і оцінювання функціонування туристичного ринку різних ієрархічних рівнів, прогнозувати тенденції його розвитку.

ПРН13. Здійснювати управлінські функції на основі стратегічного маркетингу для задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності у сфері міжнародного туристичного бізнесу та рекреації;

ПРН14. Організовувати ефективні системи управління якістю, у сфері міжнародного туристичного бізнесу.

2. Програма та структура навчальної дисципліни для:

- повного терміну денної (заочної) форми навчання;
- скороченого терміну денної (заочної) форми навчання.

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин													
	денна форма							Заочна форма						
	тижні	усього	у тому числі					усього	у тому числі					
			л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
Змістовний модуль 1.														
Міжнародний туризм та його роль у світовому економічному розвитку														
Тема 1. Міжнародний туризм як економічний та соціокультурний феномен	1	19	2	2			15							
Тема 2. Становлення сучасних форм розвитку та державного регулювання міжнародного туризму і країнах світу	2	23	4	4			15							
Тема 3. Міжнародні туристичні організації	3	23	4	4			15							
Тема 4. Статистика міжнародного туризму	4	23	4	4			15							
Разом за модулем 1		88	14	14			60							
Змістовний модуль 2.														
Характеристика світового ринку туристичних послуг. Організаційно-економічні умови діяльності підприємств на ринку міжнародного туризму														
Тема 5. Сутність та класифікаційні ознаки міжнародного туристичного ринку	5	23	4	4			15							
Тема 6. Місце України на ринку міжнародного туризму	6	23	4	4			15							

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Тема 7. Особливості формування туристичної пропозиції в умовах транснаціоналізації світової індустрії туризму	7	23	4	4			15						
Тема 8. Сучасний стан та перспективи розвитку найважливіших секторів міжнародної індустрії туризму	8	23	4	4			15						
		92	16	16			60						
Разом за курс	180		30	30			120						

3. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
Змістовний модуль 1.		
Міжнародний туризм та його роль у світовому економічному розвитку		
1	Тема 1. Міжнародний туризм як економічний та соціокультурний феномен	2
2	Тема 2. Становлення сучасних форм розвитку та державного регулювання міжнародного туризму і країнах світу	4
3	Тема 3. Міжнародні туристичні організації	4
4	Тема 4. Статистика міжнародного туризму	4
Змістовний модуль 2.		
Характеристика світового ринку туристичних послуг. Організаційно-економічні умови діяльності підприємств на ринку міжнародного туризму		
5	Тема 5. Сутність та класифікаційні ознаки міжнародного туристичного ринку	4
6	Тема 6. Місце України на ринку міжнародного туризму	4
7	Тема 7. Особливості формування туристичної пропозиції в умовах транснаціоналізації світової індустрії туризму	4
8	Тема 8. Сучасний стан та перспективи розвитку найважливіших секторів міжнародної індустрії туризму	4
Разом		30

4. Теми самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
Змістовний модуль 1.		
Міжнародний туризм та його роль у світовому економічному розвитку		
1	Тема 1. Міжнародний туризм як економічний та соціокультурний феномен	15
2	Тема 2. Становлення сучасних форм розвитку та державного регулювання міжнародного туризму і країнах світу	15
3	Тема 3. Міжнародні туристичні організації	15
4	Тема 4. Статистика міжнародного туризму	15
Змістовний модуль 2.		
Характеристика світового ринку туристичних послуг. Організаційно-економічні умови діяльності підприємств на ринку міжнародного туризму		
5	Тема 5. Сутність та класифікаційні ознаки міжнародного туристичного ринку	15
6	Тема 6. Місце України на ринку міжнародного туризму	15
7	Тема 7. Особливості формування туристичної пропозиції в умовах транснаціоналізації світової індустрії туризму	15
8	Тема 8. Сучасний стан та перспективи розвитку найважливіших секторів міжнародної індустрії туризму	15
Разом		120

5. Контрольні питання, комплекти тестів для визначення рівня засвоєння знань студентами

5.1. Контрольні питання

1. Туризм як форма міжнародних відносин.
2. Туристські формальності.
3. Іноземний туризм в Україні: динаміка та проблеми розвитку.
4. Міжнародний туризм як засіб інтеграції України у європейський та світовий простір.
5. Міжнародна співпраця в галузі туризму.
6. Сутність, структура та інструменти державного регулювання туризму.
7. Механізми підтримки розвитку міжнародного туризму.
8. Правове регулювання розвитку міжнародної туристичної діяльності в різних країнах.
9. Туристична політика держав.
10. Географія світових туристських потоків.
11. Світова спадщина ЮНЕСКО.
12. Туристський попит.
13. Міжнародна співпраця в галузі туризму.
14. Епоха індивідуальності в туризм. Сутність індивідуальності в туризмі, причини її виникнення, особливості прояву.
15. Прогнози розвитку туризму в туристичних регіонах світу.
16. Розвиток міжнародного туризму в країнах
17. Центральної і Східної Європи.
18. Розвиток міжнародного туризму в країнах Африки.

19. Розвиток міжнародного туризму в країнах Південної та Північної Америки.
20. Розвиток міжнародного туризму в країнах Азії.
21. Помилки статистичних спостережень.
22. Математичні, об'єктивні, суб'єктивні помилки.

5.2. Тестові завдання

1. *Туризм як складник національної економіки належить до:*
 - а) первинного сектору;
 - б) вторинного сектору;
 - в) третинного сектору.
2. *Рекреаційні ресурси – це:*
 - а) всі багатства природи, які людина використовує в своїй господарській діяльності або буде використовувати в майбутньому;
 - б) природні й антропогенні об'єкти та явища, які можна використати для відпочинку, оздоровлення та мандрівок.
 - в) всі землі, , які людина використовує в своїй господарській діяльності або буде використовувати в майбутньому;
3. *Вкажіть країну з найбільшою кількістю міжнародних туристичних відвідувань:*
 - а) Україна;
 - б) Франція;
 - в) Італія;
 - г) Китай.
4. *Який з перелічених об'єктів не належить за сучасною версією до семи чудес світу:*
 - а) Велика китайська стіна;
 - б) піраміда Хеопса;
 - в) статуя Христа-Спасителя;
 - г) Колізей;
5. *Вкажіть країну, що не входить в п'ятірку країн-лідерів за кількістю об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО:*
 - а) Росія;
 - б) Італія;
 - в) Франція;
 - г) Іспанія.
6. *Який відомий об'єкт туризму знаходиться в місті Агрі(Індія):*
 - а) Колізей;
 - б) храм Петра;
 - в) Ейфелева вежа;
 - г) мавзолей Тадж-Махал.
7. *Розташуйте послідовно туристичні регіони світу за обсягами туристичних походів та валютних надходжень від туризму:*
 - а) Азійсько-Тихоокеанський;
 - б) Європейський;
 - в) Близькосхідний;
 - г) Африканський;

д) Американський.

8. Розташуйте послідовно в напрямку із заходу на схід починаючи від Гринвіча об'єкти міжнародного туризму:

- а) Ігуасу;
- б) Кельнський собор;
- в) Фудзіяма;
- г) Гранд-Каньйон.

9. Туристична індустрія впливає на розвиток тих районів Землі, які віддалені від великих промислових центрів і мають незначні господарські ресурси, наступним чином:

- а) стримує їх економічний, політичний і соціальний розвиток;
- б) сприяє їх перетворенню в індустріальні центри;
- в) сприяє розвитку галузей, орієнтованих на виробництво туристичних послуг
- г) забезпечує розвиток промисловості.

10. Має зростання міжнародного туризму певні негативні наслідки, так як:

- а) порушує традиції і звичаї місцевого населення;
- б) збільшує валютні надходження в бюджет країни;
- в) збільшує місцеві доходи;
- г) зменшує навантаження на соціальні служби.

11. Інтеграційні процеси в Європі...

- а) порушують сформовані туристичні зв'язки;
- б) сприяють розвитку міжнародних туристичних обмінів;
- в) сприяють розвитку внутрішнього туризму в кожній з країн-учасниць;
- г) сприяють розвитку промисловості.

12. Для кожної країни найбільш вигідний розвиток:

- а) внутрішнього туризму;
- б) виїзного туризму;
- в) в'їзного туризму.
- г) івентивного туризму.

13. Що необхідно для розвитку міжнародного туризму в Україні:

- а) наявність природних туристичних ресурсів;
- б) високі темпи економічного зростання;
- в) кардинальне рішення відносин власності та проведення комплексу заходів на державному;
- г) рівні щодо перетворення туризму в пріоритетний економічний напрямок.

14. На бланку туристичної путівки зазвичай вказують вид харчування туриста. Виберіть то скорочення, яке в міжнародній практиці готельного обслуговування передбачає оплату та надання туристу тільки сніданку:

- а) FB;
- б) HB;
- в) ST;
- г) СК.

15. Нестабільність попиту на міжнародний туристичний продукт залежить від:

- а) інвестицій капіталу в одиницю продукції;
- б) сезонних коливань;

- в) наявності конкуренції між постачальниками.
- г) залежність від політичних, економічних факторів на території.

16. Коефіцієнт задоволеності визначається як:

- а) число взаємних виборів до числа виборів, зроблених людиною;
- б) число виборів, зроблених даною людиною до числа взаємних виборів;
- в) число позитивних виборів групи до числа негативних виборів групи;
- г) правильна відповідь відсутня.

17. МІСЕ туризм як самостійний вид туризму почав розвиватися:

- а) у 70–80-х роках ХХ ст. в Європі та США;
- б) у 70–80-х роках ХХ ст. в Японії;
- в) у 20–30-х роках ХХ ст. в Європі;
- г) у 40–50-х роках ХХ ст. у США.

18. До країн з найбільшими витратами на МІСЕ туризм відносяться:

- а) Іспанія, Італія;
- б) Німеччина, Франція, Росія;
- в) Китай, США, Німеччина;
- г) Росія, Україна.

19. У структурі світового МІСЕ туризму переважають:

- а) поїздки на конференції та семінари;
- б) індивідуальні ділові поїздки;
- в) відвідування виставок;
- г) інсентив-туризм.

20. У структурі витрат МІСЕ туристів, витрати на розміщення займають:

- а) перше місце;
- б) друге місце після авіаквитків;
- в) друге місце після харчування;
- г) третє місце після авіаквитків та харчування.

21. За тривалість функціонування виставкові заходи поділяються на:

- а) постійно діючі, тимчасові, короткострокові;
- б) періодичні, щорічні, сезонні;
- в) періодичні, тимчасові;
- г) постійно діючі, сезонні.

22. Більшість виставкових підприємств України працюють у:

- а) Львові, Тернополі, Ужгороді;
- б) Києві, Вінниці, Житомирі;
- в) Харкові, Полтаві, Чернігові;
- г) Києві, Одесі, Харкові, Львові.

23. Національний комплекс «Експоцентр України» знаходиться в:

- а) Одесі;
- б) Львові;
- в) Києві;
- г) Харкові.

24. Найбільш поширеним тематичним напрямком виставкових заходів в Україні є:

- а) ярмарки товарів повсякденного попиту;
- б) спорт, туризм, дозвілля;
- в) медицина та охорона здоров'я;
- г) меблі та побутова техніка.

25. Найбільша кількість виставкових центрів припадає на:

- а) Північну Америку;
- б) Азію;
- в) Європу;
- г) Південну Америку.

26. Найбільшим виставковим центром у світі є:

- а) Мессе Ганновер;
- б) МакКормікПлейс;
- в) Фієра Мілано;
- г) Мессе Франкфурт.

27. До рейтингу міст з найбільшою кількістю проведених ділових заходів міжнародного значення відносяться:

- а) Париж, Відень, Мадрид, Берлін, Лондон;
- б) Париж, Рим, Берлін, Лондон;
- в) Париж, Москва, Лондон;
- г) Париж, Лондон, Київ.

28. Поїздки, що організовуються компаніями з метою нагородження та преміювання своїх співробітників за високі показники в роботі, називаються:

- а) рісептив-тури;
- б) інсентив-тури;
- в) конгрес-тури;
- г) бізнес-тури.

29. Фахівці замість поняття «діловий туризм» часто використовують англійський термін-аббревіатуру:

- а) MISE;
- б) SEMI;
- в) MICE;
- г) SEMI.

30. Перший інсентив-тур був проведений:

- а) 1910 р. у США;
- б) 1925 р. в Англії;
- в) 1870 р. у Франції;
- г) 1945 р. у США.

31. В інсентив-туризмі близько 80% поїздок припадає на:

- а) США;
- б) Європу;
- в) країни Південно-Східної Азії;
- г) інші напрямки.

32. Близько 61% бюджету інсентив-туру припадає на:

- а) витрати з організації поїздки;
- б) екскурсії, розваги і додаткові витрати;
- в) харчування;

г) транспортне обслуговування і проживання.

33. Середня тривалість європейських інсентив-турів становить:

- а) 1–3 доби;
- б) 3–5 діб;
- в) 3–7 діб;
- г) 7–10 діб.

34. На менеджерів якого рівня покладається відповідальність за реалізацію соціального розвитку турфірми?

- а) вищого;
- б) середнього;
- в) оперативного;
- г) нижчого.

35. Що є документом для розрахунку за проведений мисливський тур іноземцями на території України:

- а) розрахунки кошторису;
- б). протокол полювання;
- в). оплата;
- г). підсумки мисливського туру.

36. Механізм державного регулювання ринку туризму повинен містити в собі такі елементи:

- а) законодавчий;
- б) економічний;
- в) соціальний;
- г) усі відповіді вірні.

37. За якими ознаками не сегментується туристичний ринок?

- а) формами;
- б) масштабами;
- в) попитом;
- г) пропозицією.

38. Що є основою формування туристичного ринку?

- а) попит;
- б) забезпечений попит;
- в) платоспроможний попит;
- г) пропозиція.

39. Які документи регулюють діяльність турпідприємства в цілому?

- а) статут, установчий договір, правила внутрішнього трудового розпорядку;
- б) положення про підрозділи, моделі робочих місць, посадові, інструкції, контракти;
- в) матриця функцій, графіки процесів, технологічні карти;
- г) діловодство, документи, класифікатори, типові бланки даних.

40. Кадрова політика поділяється на такі типи:

- а) активна та реактивна;
- б) пасивна та превентивна;
- в) закрита та відкрита;
- г) все назване вище.

41. Які послуги обов'язково включаються в туристичний пакет?

- а) цільові;
- б) основні та додаткові;
- в) проживання + харчування + транспортне обслуговування;
- г) проживання + харчування + транспортне обслуговування + страхування.

42. Прибережний туризм впливає:

- а) в основному, на вузьку берегову смугу, де розміщена туристична інфраструктура;
- б) на водопостачання, енергопостачання й транспортну інфраструктуру прибережної смуги й (частково) внутрішніх районів країни;
- в) на екологію зони;
- г) всі відповіді правильні.

43. Нинішні бажання й очікування туристів у все в більшій мірі базуються на сполученні таких факторів, як:

- а) природа й культура;
- б) сонце, море й пісок;
- в) природа, рекреаційні заняття, культура.

44. Сталій міжнародний туризм НЕ має своєю головною метою:

- а) соціальну відповідальність;
- б) дохід для більших тур-операторів;
- в) сильна участь у збереженні природи;
- г) інтеграцію місцевого населення в обслуговування й розвиток туризму.

45. Підхід «розвиток стійкого туризму» має життєву важливість для:

- а) всіх країн, що розвивають туризм;
- б) в основному, для Середземноморського регіону, оскільки це лідируючий у світі туристичний район і один з найбільше уgroжаємих у світі еcoreгіонів;
- в) в основному, для східної Азії й Океанії, як регіонів, економічно менш розвинених, але швидко розвиваючий туризм;
- г) на Заході та сході регіонів.

46. Стратегія Комплексного Керування Прибережної Зони Європейського Співтовариства намічає:

- а) які кроки необхідно почати країнами-учасниками для розвитку національних стратегій КУПЗ;
- б) визначення ЄС, що таке прибережна зона і які правові інструменти для керування цією зоною (включаючи норми для стійкого туризму);
- в) правила перебування туристів в тих чи інших регіонах;
- г) немає вірної відповіді.

48. Європейська рамкова водна директива це документ:

- а) що показує, як потрібно управляти всіма водними справами в контексті стійкого туризму;
- б) що з'явився в результаті росту потреб у громадян і природоохоронних організацій і має на меті зробити ріки, озера, ґрунтові води, берегові пляжі більше чистими при чіткому впорядкуванні користування;
- в) має на меті більше рівномірний розподіл водних ресурсів між країнами;
- г) має на меті організацію заходів по очищенню водоймищ на планеті.

49. Стимулювання й участь у стійких витратах у туристичному секторі – завдання:

- а) в основному, для організацій, що займаються охороною середовища;
- б) в основному, для транспортних компаній;
- в) в основному, для постачальників туристичного сервісу;
- г) для всіх згаданих організацій.

50. Визначення пропускної здатності міжнародного туризму має на меті:

- а) уникнути руйнування фізичного, біологічного, економічного й соціокультурного базису для розвитку туризму;
- б) оцінити, яке максимальне число туристичних місць потрібно дозволити для даного району;
- в) оцінку туристичної активності на планеті;
- г) всі відповіді правильні.

51. Соціокультурні переваги стійкого берегового туризму НЕ включають:

- а) краще розуміння між людьми й культурами;
- б) зміцнення співтовариств;
- в) зміцнення місцевої культури й традицій;
- г) високу мобільність місцевого ринку робочої сили.

52. Правовий інструмент, нині застосовуваний у практиці оцінки негативних впливів конкретних проектів (туризму) на навколишнє середовище, це:

- а) оцінка впливу на навколишнє середовище (ОВОС);
- б) стратегічна оцінка стану навколишнього середовища (СОСОС);
- в) аудит навколишнього середовища;
- г) немає вірної відповіді.

53. Який з наступних відповідей НЕ вірний: Аудит навколишнього середовища дозволяє туристичній компанії:

- а) оцінити її професійну компетентність;
- б) перевірити її відповідність законодавству по навколишньому середовищу;
- в) визначити проблеми;
- г) оцінити виконання по навколишньому середовищу.

54. Еко-Маркірування – обов'язкова система присвоєння фірмового знака продуктам, оціненим як найменш шкідливі для навколишнього середовища, чим аналогічні продукти. Еко-Ярлики інформують споживачів про специфічні продукти й послуги:

- а) вірно;
- б) невірно;
- в) не зовсім вірно;
- г) зовсім не вірно.

55. Переваги міжнародних готельних мереж над окремими готелями, що забезпечують домінуюче положення на світовому ринку:

- а) функціонування єдиної об'єднаної системи бронювання, яка дозволяє підвищити завантаження номерного фонду членів мережі; застосування централізованої системи постачання і збуту;
- б) забезпечення високої якості обслуговування завдяки доступу до нових технологій і техніки;
- в) використання мережевих принципів і стандартів роботи, які роблять позитивний вплив на загальне управління готелем;
- г) надання інформаційної підтримки, що дає можливість готелю, який входить до

готельної мережі, бути представленим у всіх його довідниках, каталогах, системах бронювання;

д) усі відповіді вірні.

56. Економічні фактори впливу на розвиток міжнародних готельних та туристичних ТНК:

а) обмеженість економічних ресурсів, загострення конкуренції, зміна обсягу попиту, ємність ринку, розвиток ринкової інфраструктури;

б) демографічна ситуація, наявність достатньої кількості туристів, наявність кваліфікованих кадрів, наявність етнічних та релігійних конфліктів;

в) законодавство у галузі туризму і готельної справи, інвестиційні пільги;

г) політична стабільність, соціальна напруженість, рівень стабільності демократії.

57. Соціокультурні фактори впливу на розвиток міжнародних готельних та туристичних ТНК:

а) обмеженість економічних ресурсів, загострення конкуренції, зміна обсягу попиту, ємність ринку, розвиток ринкової інфраструктури;

б) демографічна ситуація, наявність достатньої кількості туристів, наявність кваліфікованих;

кадрів, наявність етнічних та релігійних конфліктів;

в) законодавство у галузі туризму і готельної справи, інвестиційні пільги;

г) політична стабільність, соціальна напруженість, рівень стабільності демократії.

58. Правові фактори впливу на розвиток міжнародних готельних та туристичних ТНК:

а) обмеженість економічних ресурсів, загострення конкуренції, зміна обсягу попиту, ємність ринку, розвиток ринкової інфраструктури;

б) демографічна ситуація, наявність достатньої кількості туристів, наявність кваліфікованих кадрів, наявність етнічних та релігійних конфліктів;

в) законодавство у галузі туризму і готельної справи, інвестиційні пільги;

г) політична стабільність, соціальна напруженість, рівень стабільності демократії.

59. Політичні фактори впливу на розвиток міжнародних готельних та туристичних ТНК:

а) обмеженість економічних ресурсів, загострення конкуренції, зміна обсягу попиту, ємність ринку, розвиток ринкової інфраструктури;

б) демографічна ситуація, наявність достатньої кількості туристів, наявність кваліфікованих кадрів, наявність етнічних та релігійних конфліктів;

в) законодавство у галузі туризму і готельної справи, інвестиційні пільги;

г) політична стабільність, соціальна напруженість, рівень стабільності демократії.

60. Формами багатосторонньої співпраці у сфері туризму є:

а) міжнародні наради;

б) міжнародні форуми з питань туризму;

в) міжнародні туристичні організації;

г) усі відповіді вірні.

6. Методи навчання

В рамках вивчення дисципліни передбачається проведення лекцій, практичних, самостійної та індивідуальної роботи студентів.

Лекція є основною формою навчального процесу. Мета лекції – розкрити основні положення теми, досягнення науки, з'ясувати невирішені проблеми, узагальнити досвід роботи, дати рекомендації щодо використання основних висновків за темами на практичних заняттях.

Лекція має структуру набуття нових знань і містить такі елементи:

- вступ, де дається мотивація навчання, чітке формулювання теми лекції та постановка завдання;
- викладення в логічній послідовності окремих частин лекції;
- висновки, що дають можливість осмислити лекцію в цілому і виділити основну ідею;
- конкретне завдання на самостійну роботу;
- відповіді на запитання.

Основні вимоги до лекції:

- високий теоретичний рівень інформації, посилення на законодавчі та нормативні акти, на нові досягнення науки;
- розкриття наукових засад курсу;
- зв'язок теорії з практикою, зосередження уваги студентів на питаннях, які вирішуються у світлі сучасних вимог;
- рекомендації до поглибленого самостійного вивчення тем, необхідних для практичної роботи.

Передбачається застосування таких видів лекцій: вступної, тематичних та підсумкової; залежно від методів викладу навчального матеріалу: монологічних, проблемних, лекцій-бесід тощо.

Практичне заняття – це колективний науковий пошук певної навчальної проблеми і шляхів її ефективного розв'язання. Учасники заняття аналізують проблему, виявляють причинно-наслідкові зв'язки, висувають шляхи її оптимального вирішення, відповідають на запитання і дискутують. Проводиться, як правило, зі здобувачами, які мають відповідну підготовку й досвід самостійного вивчення складних наукових і практичних проблем. В ході практичного заняття здобувачами вирішують ситуаційні та тестові завдання.

Основні вимоги до практичного заняття:

- продуманість змісту теми, її проблем та методики обговорення;
- визначення цілей, дидактичних і виховних завдань заняття;
- проблемна постановка запитань;
- увага до тестових питань (відкритих та закритих) та логіки їх розкриття;
- постійне керування перебігом практичного заняття, створення атмосфери невимушеності, полемічності й творчої активності;
- стимулювання дискусії;
- забезпечення всебічного розгляду й аналізу навчальних проблем, об'єктивна оцінка виступів і відповідей, своєчасне їх коригування;
- орієнтація здобувачів на подальшу самостійну роботу над навчальним матеріалом тощо.

Самостійна робота студентів полягає у вивченні та опрацюванні наукової, навчально-методичної літератури, законодавчих і нормативних актів, виконанні навчальних завдань.

У процесі самостійної роботи здобувачу необхідно вивчити за допомогою рекомендованої літератури весь матеріал, передбачений програмою курсу.

7. Форми контролю

1. Система оцінювання знань, вмінь та навичок здобувачів передбачає виставлення оцінок за усіма формами проведення занять.

Перевірка та оцінювання знань здобувачів може проводитися у наступних формах.

1. Оцінювання роботи здобувачів під час практичних занять.

2. Оцінювання самостійної роботи.

3. Проведення підсумкового контролю (екзамену).

Розподіл балів за окремими елементами змістових модулів та методи поточного контролю успішності навчальної роботи студентів (форма підсумкового контролю – екзамен)

№ ЗМ	Елементи змістового модуля	Кількість балів		Поточний контроль навчальної роботи студентів	
		min	max	методи контролю	тиждень семестру
Змістовний модуль 1. Міжнародний туризм та його роль у світовому економічному розвитку					
1.	Лекційний курс (7 тем лекцій)	12	20	Письмова модульна робота	1-7
	Практичне заняття 1. Міжнародний туризм як економічний та соціокультурний феномен	12	20	Опитування, обговорення	1
	Практичне заняття 2. Становлення сучасних форм розвитку та державного регулювання міжнародного туризму і країнах світу	12	20	Обговорення, виступи з доповідями, індивідуальні завдання	2-3
	Практичне заняття 3. Міжнародні туристичні організації	12	20	Обговорення, виступи з доповідями, індивідуальні завдання	4-5
	Практичне заняття 4. Статистика міжнародного туризму	12	20	Обговорення, виступи з доповідями, індивідуальні завдання	6-7
	Всього балів по змістовному модулю 1	60	100		
Змістовний модуль 2. Характеристика світового ринку туристичних послуг. Організаційно-економічні умови діяльності підприємств на ринку міжнародного туризму					
2.	Лекційний курс (8 тем лекцій)	12	20	Письмова модульна робота	8-15
	Практичне заняття 5. Сутність та класифікаційні ознаки міжнародного туристичного ринку	12	20	Опитування, вирішення ситуаційних завдань та їх обговорення, практичних задач, тестування	8-9
	Практичне заняття 6. Місце України на ринку міжнародного туризму	12	20	Опитування, вирішення ситуаційних завдань та їх обговорення, практичних задач	10-11
	Практичне заняття 7. Особливості формування туристичної	12	20	Опитування, вирішення ситуаційних завдань та	12-13

пропозиції в умовах транснаціоналізації світової індустрії туризму			їх обговорення, практичних задач, тестування	
Практичне заняття 8. Сучасний стан та перспективи розвитку найважливіших секторів	12	20	Опитування, вирішення ситуаційних завдань та їх обговорення, практичних задач, тестування	14-15
Всього балів по змістовному модулю 2	60	100		
Рейтинг студента з навчальної дисципліни	42	70		
Екзамен	18	30		
Загальна кількість балів	60	100		

Розподіл балів, які отримують студент

Поточний контроль				Рейтинг з навчальної роботи $R_{НР}$	Рейтинг з додаткової роботи $R_{ДР}$	Рейтинг штрафний $R_{ШТР}$	Підсумкова атестація (екзамен чи залік)	Загальна кількість балів
Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Змістовий модуль 3	Змістовий модуль 4					
0-100	0-100	0-100	0-100	0-70	0-20	0-5	0-30	0-100

Примітки. Відповідно до Положення про кредитно-модульну систему навчання в НУБіП України, затвердженого ректором університету 27.02.2019 р. та до Положення про екзамени та заліки у Національному університеті біоресурсів і природокористування України, затвердженого ректором університету 27.12.2019 р. рейтинг студента з навчальної роботи $R_{НР}$ стосовно вивчення певної дисципліни визначається за формулою:

$$R_{НР} = \frac{0.7 \times (R_{зм}^1 \times K_{зм}^1 + \dots + R_{зм}^n \times K_{зм}^n)}{K_{дис}} + R_{др} - R_{штр},$$

де $R_{зм}^{(1)}$, $R_{зм}^n$ – рейтингові оцінки змістових модулів за 100-бальною шкалою;

n – кількість змістових модулів;

$K_{зм}^{(1)}$, $K_{зм}^n$ – кількість кредитів ECTS, передбачених робочим навчальним планом для відповідного змістового модуля;

$K_{дис} = K_{зм}^{(1)} + \dots + K_{зм}^n$ – кількість кредитів ECTS, передбачених робочим навчальним планом для дисципліни у поточному семестрі;

$R_{др}$ – рейтинг з додаткової роботи;

$R_{штр}$ – рейтинг штрафний.

Наведену формулу можна спростити, якщо прийняти $K_{зм}^{(1)} = \dots = K_{зм}^n$. Тоді вона буде мати вигляд:

$$R_{НР} = \frac{0.7 \times (R_{зм}^1 + \dots + R_{зм}^n)}{n} + R_{др} - R_{штр},$$

Рейтинг з додаткової роботи $R_{др}$ додається до $R_{НР}$ і не може перевищувати 20 балів. Він визначається лектором і надається студентам рішенням кафедри за виконання робіт, які не передбачені навчальним планом, але сприяють підвищенню рівня знань студентів з дисципліни.

Рейтинг штрафний $R_{штр}$ не перевищує 5 балів і віднімається від $R_{НР}$. Він визначається лектором і вводиться рішенням кафедри для студентів, які матеріал змістового модуля засвоїли невчасно, не дотримувалися графіка роботи, пропускали заняття тощо.

Шкала оцінювання знань студентів

Рейтинг студента, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів заліків	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано

8. Методичне забезпечення

1. Методичні вказівки до самостійної роботи з дисципліни «Міжнародний туризм» для здобувачів другого (магістерського) рівня освіти, галузі знань 24 «Сфера обслуговування», спеціальності 242 «Туризм», ОП «Міжнародний туристичний бізнес» / Москвічова О.С. Київ: НУБіП, 2023.

2. Завдання до практичних занять з дисципліни «Міжнародний туризм» для здобувачів другого (магістерського) рівня освіти, галузі знань 24 «Сфера обслуговування», спеціальності 242 «Туризм», ОП «Міжнародний туристичний бізнес» / Москвічова О.С. – Київ: НУБіП, 2023.

9. Рекомендована література:

- нормативно-законодавчі акти

1. Гаазька декларація Міжпарламентської конференції по туризму : Міжнародний документ від 14.04.1989 (зі змін. та допов.) URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_904/

2. Глобальний етичний кодекс туризму : Міжнародний документ від 01.10.1999 (зі змін. та допов.) URL: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/983_001

3. Хартія туризму : Міжнародний документ від 01.01.1985 (зі змін. та допов.) URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_640

4. Про туризм : Закон України № 324/95-ВР від 15.09.1995 (зі змін. та допов.) URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>

– основна:

1. Божидарнік Т.В., Божидарнік Н.В., Савош Л.В. Міжнародний туризм: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2012.

2. Великочий В.С., Дутчак О.І., Шикеринець В.В. Міжнародний туризм: навчальний посібник. Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника. Івано-Франківськ: Видавець Кушнір Г. М., 2015. 254с.

3. Луцишин Н. Я., Луцишин Я.В. Економіка й організація міжнародного туризму: навч. посіб. Луцьк, 2013.

4. Мальська М.П., Антонюк Н.В. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. К., 2018. 661 с.

– допоміжна:

1. Босовська М.В. Інтеграційні процеси в туризмі : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 832 с.

2. Дубенюк Я.А. Розвиток світового ринку туристичних послуг : монографія. Донецьк :

Вебер, 2009. 184 с.

3. Ткаченко Т.І., Мельниченко С.В., Бойко М.Г. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу : монографія / за заг. ред. А.А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 596 с.

4. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. 537 с.

5. Corporate geographies of transnational tourism companies. Jan Mosedale, 2007. 463 p.

6. International Business and Tourism: Global Issues. Tim Coles, Michael Hall, 2008. 285 p.

7. Travel & Tourism. Economic impact 2015. World Travel & Tourism Council, 2015. 24 p

8. UNWTO Tourism Highlights [офіційний сайт]. URL: <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2016-edition>.

9. World statistics. URL: <http://world-statistics.org/>

Інтернет-ресурси:

1. Великий туристський розділ, який включає інформацію про: готелі, авіакомпанії, прокатні фірми, круїзи, залізничні тури, довідники курсів валют, погоду та ін. URL: <http://www.worldhotel.com/>.

2. Глобальна система бронювання квитків, готелів, автомобілів й ін. URL: <http://www.amadeus.ua/>.

3. Довідник з міжнародного туризму, що містить відомості про уряди, валюту, турагенції, готелі, місцеві визначні пам'ятки. URL: <http://www.inturion.ru/>.

4. Інформаційний розділ Всесвітньої туристської організації (ВТО). URL: <http://www.world-tourism.org/>.

5. Інформація про готелі й готельні мережі. Система пошуку за назвою готелю або адресою. URL: <http://www.hotels.net/>.

6. Найбільша база даних з описами міст і країн усього світу. URL: <http://www.citynet.com/>.

7. Сайт світового центру туризму, корисний для індивідуальних туристів. URL: <http://www.earnnet.gnn.com/mkt/travel/center.html>.

8. Сайт системи бронювання й продажу квитків. URL: <http://www.sirena2000.ru/sirena/about.html>.

9. Найбільший в світі сайт бронювання готелів. URL: <http://www.booking.com>.

10. Все про туризм: туристична бібліотека. URL: <http://infotour.in.ua>

11. Державна служба статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua/>

12. Google books. URL: <http://books.google.com.ua/>

13. World Tourism Organization (UNWTO). URL: www.unwto.org.