

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра готельно-ресторанної справи та туризму

ЗАТВЕРДЖЕНО

ННІ неперервної освіти і туризму
27 травня 2025 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МІЖНАРОДНИЙ РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Галузь знань J «Транспорт та послуги»

Спеціальність J3 «Туризм та рекреація»

Освітньо професійна програма «Міжнародний туризм»

ННІ неперервної освіти і туризму

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

Київ – 2025

Опис навчальної дисципліни

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

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Освітній ступінь	Магістр	
Спеціальність	J3 «Туризм та рекреація»	
Освітня програма	«Міжнародний туризм»	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	вибіркова	
Загальна кількість годин	150	
Кількість кредитів ECTS	5	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (за наявності)	-	
Форма контролю	Екзамен	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм здобуття вищої освіти		
	Форма здобуття вищої освіти	
	Денна	Заочна
Курс (рік підготовки)	1 курс	1 курс
Семестр	1	1
Лекційні заняття	30 год.	10 год.
Практичні, семінарські заняття	30 год.	10 год.
Лабораторні заняття	-	-
Самостійна робота	90 год.	130 год.
Індивідуальні завдання	-	-
Кількість тижневих годин для денної форми навчання	4 год.	

1. Мета, компетентності та програмні результати навчальної дисципліни

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

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

Набуття компетентностей:

інтегральна компетентність (ІК):

ІК. Здатність розв'язувати складні задачі дослідницького та/або інноваційного характеру у сфері туризму і рекреації.

загальні компетентності (ЗК):

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

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

ЗК6. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК7. Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК):

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.

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

Програмні результати навчання (ПРН) ОП:

ПРН4. Проводити аналіз геопросторової організації туристичного процесу, проєктувати його стратегічний розвиток на засадах сталості.

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

ПРН6. Аналізувати та оцінювати діяльність суб'єктів туристичного ринку, планувати результати їх стратегічного розвитку.

ПРН12. Аналізувати, формулювати і реалізовувати національну та регіональну туристичну політику, вдосконалювати механізми управління туристичними дестинаціями на національному, регіональному та локальному рівнях.

ПРН13. Здійснювати комплексну оцінку ефективності сталого розвитку туристичних дестинацій, зокрема сільських територій, що є пріоритетним напрямом розвитку, як національного так і міжнародного туризму.

2. Програма та структура навчальної дисципліни

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	
Модуль 1. Концептуальні засади міжнародного ринку туристичних послуг														
Тема 1. Передумови виникнення та структура міжнародного ринку туристичних послуг	1	12	2	2	-	-	8	14		2	-	-	12	
Тема 2. Сутнісні та класифікаційні ознаки міжнародного ринку туристичних послуг	2	12	2	2	-	-	8	14	2		-	-	12	
Тема 3. Суб'єкти міжнародного туристичного ринку	3	14	2	2	-	-	10	14	2		-	-	12	
Тема 4. Основні види та категорії туристичних послуг на міжнародному ринку	4	12	2	2	-	-	8	14		2	-	-	12	
Тема 5. Міжнародні туристичні організації, їх роль у регулюванні та розвитку туристичного ринку	5,6	18	4	4	-	-	10	14		2			12	
Разом за модулем 1	68		12	12	-	-	44	70	4	6	-	-	60	
Модуль 2. Дослідження міжнародного ринку туристичних послуг														
Тема 6. Методичні засади дослідження міжнародного ринку туристичних послуг	7,8	18	4	4	-	-	10	16		2	-	-	14	
Тема 7. Фактори впливу на міжнародний туристичний ринок	9,10	18	4	4	-	-	10	16	2		-	-	14	

Тема 8. Конкуренція на ринку туристичних послуг	11,12	18	4	4	-	-	10	16	2		-	-	14
Тема 9. Маркетингові дослідження на міжнародному ринку туристичних послуг	13,14	16	4	4	-	-	8	16		2			14
Тема 10. Маркетингові стратегії розвитку міжнародного ринку туристичних послуг	15	12	2	2	-	-	8	16	2				14
Разом за модулем 2		82	18	18	-	-	46	80	6	4	-	-	70
Усього годин		150	30	30	-	-	90	150	10	10	-	-	130

3. Теми лекцій

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

4. Теми семінарських, практичних занять

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

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

5. Теми самостійної роботи

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

6. Методи та засоби діагностики результатів навчання:

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

7. Методи навчання:

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

- метод гейміфікованого навчання.

8. Оцінювання результатів навчання

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

8.1. Розподіл балів за видами навчальної діяльності

Вид навчальної діяльності	Результати навчання	Оцінювання
Модуль 1. Концептуальні засади міжнародного ринку туристичних послуг		
Практична робота 1. Структура міжнародного ринку туристичних послуг	<i>ПРН 5</i> Знати структуру, особливості та сучасні тенденції міжнародного ринку туристичних послуг. Вміти визначати структуру міжнародного ринку туристичних послуг. <i>ЗК1, ЗК6, СК6</i>	12
Практична робота 2. Класифікація міжнародного ринку туристичних послуг	<i>ПРН 4,5</i> Знати класифікаційні ознаки та види міжнародного ринку туристичних послуг. Вміти організовувати діяльність на різних ринках туристичних послуг. <i>ЗК2, СК4</i>	12
Практична робота 3. Взаємодія суб'єктів міжнародного туристичного ринку	<i>ПРН6, ПРН12</i> Знати основних суб'єктів міжнародного туристичного ринку, характер їх взаємодії та роль кожного у формуванні ринку туристичних послуг. Володіти інструментами взаємодії суб'єктів міжнародного туристичного ринку <i>ЗК7, СК3, СК4</i>	12
Практична робота 4. Туристичні послуги міжнародного ринку	<i>ПРН5</i> Знати основні види та категорії туристичних послуг на міжнародному ринку. Вміти диференціювати туристичні послуги на міжнародному ринку <i>ЗК6, СК6</i>	12
Практична робота 5. Роль міжнародних туристичних організацій у регулюванні та розвитку туристичного ринку	<i>ПРН12</i> Знати міжнародні туристичні організації, їх основні завдання та місію у формуванні ринку туристичних послуг. Вміти визначати роль міжнародних туристичних організацій у регулюванні та розвитку ринку <i>ЗК2, СК4</i>	12
Самостійна робота		10
Модульна контрольна робота 1.		30
Всього за модулем 1.		100
Модуль 2. Дослідження міжнародного ринку туристичних послуг		
Практична робота 6. Методики дослідження міжнародного ринку туристичних послуг	<i>ПРН6</i> Знати різні методики дослідження міжнародного ринку туристичних послуг. Вміти на практиці застосовувати різні методики дослідження стану міжнародного ринку туристичних послуг <i>ЗК2, ЗК6, ЗК7, СК6</i>	12
Практична робота 7. Чинники впливу на стан міжнародного ринку туристичних послуг	<i>ПРН5</i> Знати наслідки впливу різних факторів на стан та тенденції розвитку міжнародного ринку туристичних послуг. Вміти визначати економічні, соціокультурні, екологічні та інші фактори, що впливають на функціонування міжнародного туристичного ринку	12

	<i>ЗК1, ЗК6, СК6</i>	
Практична робота 8. Сегментування ринку туристичних послуг та конкурентні переваги його учасників	<i>ПРН6</i> Знати основні підходи до сегментування ринку туристичних послуг Вміти аналізувати кон'юнктуру та закономірності функціонування міжнародного туристичного ринку <i>ЗК7, СК4, СК6</i>	12
Практична робота 9. Маркетингові дослідження міжнародного туристичного ринку	<i>ПРН5</i> Знати теоретичні та практичні засади проведення маркетингових досліджень на ринку туристичних послуг. Вміти на практиці проводити маркетингові дослідження міжнародного туристичного ринку, аналізувати отримані дані, виявляти недоліки та переваги, пропонувати та обґрунтовувати напрями подальшого розвитку. <i>ЗК5, ЗК6, СК6</i>	12
Практична робота 10. Маркетингові стратегії розвитку міжнародного ринку туристичних послуг	<i>ПРН6, ПРН13</i> Знати принципи ціноутворення та маркетингові стратегії на міжнародному ринку туристичних послуг. Вміти визначати маркетингові стратегії розвитку міжнародного ринку туристичних послуг, обґрунтовувати їх, реалізовувати та аналізувати наслідки їх впровадження <i>ЗК1, СК3, СК4</i>	12
Самостійна робота		10
Модульна контрольна робота 2.		30
Всього за модулем 2		100
Навчальна робота	(M1+M2)/2*0,7≤70	
Екзамен		30
Всього	(Навчальна робота + залік) ≤100	

8.2. Шкала оцінювання знань здобувача вищої освіти

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

8.3. Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів та перескладання	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
Політика щодо академічної доброчесності	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Реферати повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу
Політика	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних

щодо відвідування	причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в он-лайн формі за погодженням із деканом факультету)
--------------------------	---

9. Навчально-методичне забезпечення

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

10. Рекомендовані джерела інформації

Основні

1. Алієва-Барановська В.М., Дахно І.І. Міжнародний туризм. Київ: Центр навчальної літератури, 2020. 344 с.
2. Божидарник Т.В., Божидарник Н.В. Міжнародний туризм : навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2021. 312 с.
3. Головня О.М. Міжнародний туризм : навч. посіб. / О.М. Головня, Ю.В. Ставська. Вінниця: ТОВ «Друг». 2020. 316 с.
4. Дехтяр Н.А. Світовий ринок туристичних послуг і пріоритети розвитку туризму в Україні : монографія / Н.А. Дехтяр. Харків: ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. 470 с.
5. Смирнов І.Г., Любіцева О.О. Міжнародний туристичний бізнес і логістика в туризмі : навч. посіб. Київ: Ліра-К, 2022. 288 с.

Додаткова література

6. Атаманчук З. А. Глобальні тенденції розвитку міжнародного туризму в структурі світового ринку послуг. Бізнес Інформ. 2020. № 4. С. 21–27.
7. Атаманчук З. А. Розвиток міжнародного туризму як шлях формування крос-культурної толерантності. Бізнес Інформ. 2021. № 1. С. 58–64.
8. Кірдан О. Міжнародний туризм у сучасному науковому дискурсі. Економіка та суспільство. 2023. (51).
9. Семенко Б.В. Трансформація міжнародного туризму України (на рівні районів та міст обласного значення). Вінниця : Твори, 2022. 228 с.
10. Скарга О.О. Транснаціоналізація ринку туристичних послуг на етапі глобалізації: концептуально-організаційний аспект. Проблеми економіки. 2020. № 2. С. 63–70.

Інформаційні ресурси

11. Все про туризм: туристична бібліотека. URL: <http://infotour.in.ua>
12. Журнал Міжнародний туризм. URL: <http://intour.com.ua/>
13. Інформаційний розділ Всесвітньої туристичної організації (ВТО). URL: <http://www.world-tourism.org/>

14. Eurostat. URL: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/>
15. World Tourism Organization (UNWTO). [http: www.unwto.org](http://www.unwto.org).