



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «МІЖНАРОДНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС»

Ступінь вищої освіти - **Бакалавр**

Спеціальність **242 «Туризм»**

Освітня програма **«Туризм»**

Рік навчання **4**, семестр **8**

Форма навчання **денна**

Кількість кредитів ЄКТС **3**

Мова викладання **українська**

Лектор дисципліни

Контактна інформація
лектора (e-mail)
Сторінка дисципліни в
eLearn

К.е.н., доцент кафедри готельно-ресторанної справи та
туризму
Гопкало Лариса Михайлівна

gopkalo@gmail.com gopkalolarisa@nubip.edu.ua

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

(до 1000 друкованих знаків)

Навчальна дисципліна «Міжнародний туристичний бізнес» є узагальнюючою та підсумковою дисципліною комплексу організаційних дисциплін займає одне з ключових місць у навчальному плані підготовки бакалаврів за спеціальністю 242 «Туризм», і покликана сформувати цілісне уявлення про формування міжнародного туризму та роль туристичного бізнесу в ньому. Міжнародний туристичний бізнес виступає принципово важливою складовою частиною зовнішньоекономічної діяльності кожної з держав світового співтовариства та виступає однією з найкрупніших та високодохідних галузей світового господарства

Метою навчальної дисципліни «Міжнародний туристичний бізнес» є: вивчення в контексті цієї дисципліни міжнародного туризму як суспільного феномену та індустрії, його видів і чинників, що впливають на туристичний рух у всьому світі.

Водночас в межах курсу аналізується індустрія міжнародного ринку та її складові. Викладаються засади та світовий досвід менеджменту і маркетингу міжнародного туризму, описуються поняття та різновиди світового туристичного ринку й механізми його регулювання.

Особлива увага приділяється проблемам та перспективам розвитку туристичної індустрії в Україні.

Зміст і структура дисципліни враховують кваліфікаційні вимоги щодо підготовки фахівців зі спеціальності 242 «Туризм». Метою викладання дисципліни "Міжнародний туристичний бізнес" є формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок з дослідження ринку послуг міжнародного туризму, а також організації діяльності туристичних транснаціональних корпорацій та міжнародних готельних мереж на світовому та національному ринку..

Завданнями вивчення дисципліни «Міжнародний туристичний бізнес»

є теоретична та практична підготовка студентів напряму підготовки «Туризм» з питань:

- ознайомлення з досвідом зарубіжних країн у побудові організаційних структур управління туристичною сферою;
- вивчення діяльності міжнародних туристичних організацій;
- конкретизація підходів до класифікації та сегментування туристичних ринків світу;
- визначення особливостей формування туристичної пропозиції в умовах глобалізації;
- аналіз сучасного стану та перспектив розвитку найважливіших секторів міжнародної індустрії туризму;
- організація статистичного обліку та спеціальних туризмознавчих спостережень;
- формування та уніфікації термінології в сфері міжнародного туризму та інше.

Об'єкт курсу – світовий туристський ринок і механізм, що формує потужну світову туристичну індустрію, в якій приходять у відповідність туристський попит, пропозиція, регулюючі та конкурентні сили.

Предмет курсу – сукупність економічних відносин, пов'язаних з організацією та функціонуванням міжнародних туристичних структур.

Завданням вивчення дисципліни «Міжнародний туристичний бізнес» є теоретична та практична підготовка студентів з питань:

- міжнародної туристичної термінології та еволюції розвитку міжнародного туристичного бізнесу;
- тенденцій розвитку різних видів туризму на арені міжнародного туристичного бізнесу;
- норм та правил створення туристичної пропозиції в умовах транснаціоналізації світової індустрії туризму;
- особливостей формування моделей та система якості сервісу у міжнародному бізнесі;
- сутності, типів, моделей управління та особливості діяльності транснаціональних корпорацій в туризмі;
- методичних підходів до визначення конкурентних переваг та ефективності діяльності туристичних транснаціональних корпорацій, у тому числі міжнародних готельних мереж, транспортних компаній.

вмінь:

- аналізувати індикатори розвитку міжнародного туристичного бізнесу;
- здійснювати дослідження світового та регіональних ринків послуг міжнародного туризму;
- аналізувати моделі та системи якості сервісу у міжнародному бізнесі;
- аналізувати стан та розвиток туристичних транснаціональних корпорацій, у тому числі міжнародних готельних мереж, транспортних компаній на світовому та національному ринку.
- визначати конкурентні переваги туристичних транснаціональних корпорацій, у тому числі міжнародних готельних мереж, транспортних компаній

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Тема	Години (лекції/лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
Тема 1. Міжнародний туризм як багатогранне соціально-економічне явище	2/2	Оволодіння знаннями та вміннями трактування дефініції «міжнародний туристичний бізнес», охарактеризувати чинники та фактори, що впливають на його функціонування, елементи міжнародного туристичного бізнесу, предметне поле дослідження міжнародного туристичного бізнесу	Тестування (в.т.ч. в elearn), Опитування, дискусії Практичні завдання Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn)	5
Тема 2. Міжнародна співпраця в галузі туризму	2/2	Оволодіння знаннями та вміннями щодо оцінки взаємодії туризму та міжнародної співпраці, двосторонньої співпраця у сфері міжнародного туризму, мультинаправленості у співпраці у сфері міжнародного туризму інтеграційній діяльності міжнародних і регіональних туристичних організацій	Тестування (в.т.ч. в elearn), Опитування, дискусії Практичні завдання Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn)	5
Тема 3. Індикатори розвитку міжнародного туризму	2/2	Оволодіння знаннями щодо індикаторів розвитку міжнародного туризму, оцінки тенденцій розвитку міжнародного туристичного бізнесу.	Тестування (в.т.ч. в elearn), Опитування, дискусії Практичні завдання Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn)	5
Тема 4. Міжнародні туристичні організації	2/2	Оволодіння знаннями про класифікацію міжнародних туристичних організацій; міжнародні туристичні організації глобального характеру; міжнародні	Тестування (в.т.ч. в elearn), Опитування, дискусії Практичні завдання	5

		туристичні організації регіонального рівня; галузеві міжнародні туристичні організації; Спеціалізовані та особливі міжнародні туристичні організації.	Виконання самостійної роботи (в.т.ч.в elearn)	
Тема 5. Міжнародний туристичний бізнес в Україні	2/2	Оволодіння знаннями щодо особливостей функціонування міжнародних туристичних компаній в Україні.	Тестування (в.т.ч. в elearn), Опитування, дискусії Практичні завдання Виконання самостійної роботи (в.т.ч.в elearn)	5
Тема 6. Міжнародні туристичні операції	2/2	Оволодіння знаннями про туристичні операції, що забезпечують ефективне та безпечне ведення бізнесу	Тестування (в.т.ч. в elearn), Опитування, дискусії Практичні завдання Виконання самостійної роботи (в.т.ч.в elearn)	5
Тема 7. Система якості сервісу у міжнародному туристичному бізнесі	2/2	Оволодіння знаннями щодо стандартизації та сертифікації туристичного сервісу на міжнародному ринку, вмінням дослідження та оцінки якості туристичних послуг. Оволодіння знаннями про формування та впровадження стандартів якості туристичних послуг на міжнародному рівні, особливостей контролю якості, вирішення спірних ситуацій.	Тестування (в.т.ч. в elearn), Опитування, дискусії Практичні завдання Виконання самостійної роботи (в.т.ч.в elearn)	5
Тема 8 Транснаціоналізація туристичного бізнесу: передумови та еволюція розвитку	2/2	Оволодіння знаннями та вміннями щодо транснаціоналізації туристичного бізнесу: передумови та еволюція розвитку	Тестування (в.т.ч. в elearn), Опитування, дискусії Практичні завдання Виконання самостійної	5

			роботи (в.т.ч.в elearn)	
Тема 9. Туристичні транснаціональні корпорації: особливості та напрями діяльності	2/2	Оволодіння знаннями щодо особливості функціонування транснаціональних корпорацій та їх класифікація за типами.	Тестування (в.т.ч. в elearn), Опитування, дискусії Практичні завдання Виконання самостійної роботи (в.т.ч.в elearn)	4
Тема 10. Управління туристичними транснаціональними корпораціями	2/2	Оволодіння знаннями оцінки моделей управління туристичними транснаціональними корпораціями та їх компонентів.	Тестування (в.т.ч. в elearn), Опитування, дискусії Практичні завдання Виконання самостійної роботи (в.т.ч.в elearn)	4
Тема 11. Міжнародні готельні мережі як форма транснаціональних корпорацій в туризмі	2/2	Оволодіння знаннями щодо історії міжнародних готельних транснаціональних корпорацій та їх ролі у розвитку міжнародного туризму, форми управління готельними мережами, корпоративну культуру міжнародних готельних мереж.	Тестування (в.т.ч. в elearn), Опитування, дискусії Практичні завдання Виконання самостійної роботи (в.т.ч.в elearn)	4
Тема 12. Бізнес-середовище транснаціональних корпорацій в туризмі	2/2	Оволодіння знаннями щодо принципів та традицій управління транснаціональними корпораціями в туризмі, особливостями роботи з клієнтами, ведення бізнесу в різних регіонах	Тестування (в.т.ч. в elearn), Опитування, дискусії Практичні завдання Виконання самостійної роботи (в.т.ч.в elearn)	4

Тема 13. Корпоративна соціальна відповідальність та корпоративна культура в міжнародному туризмі	2/2	Оволодіння знаннями щодо трактувань корпоративної та соціальної відповідальності	Тестування (в.т.ч. в elearn), Опитування, дискусії Практичні завдання Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn)	4
Разом	26/26			60
Екзамен				40
Всього за курс	180 годин			

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

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