УХВАЛЕНО
на засіданні кафедри
готельно-ресторанної справи та туризму
від «11» вересня 2024 р. протокол № 4

ТЕМАТИКА КВАЛІФІКАЦІЙНИХ РОБІТ
для здобувачів галузі знань 24 «Сфера обслуговування»,
освітнього ступеня «Магістр»
спеціальності 242 «Туризм і рекреація»
ОПП «Міжнародний туристичний бізнес»

Розділ І. ТУРИСТИЧНА ПОЛІТИКА

1. Управління міжнародною інтеграційною діяльністю національної туристичної системи (на прикладі одного з видових чи регіональних ринків).
2. Стратегія розвитку міжнародного туризму визначеної дестинації України.
3. Впровадження міжнародного досвіду в розвиток визначеної туристичної дестинації України.
4. Використання досвіду зарубіжної країни (за вибором) у розвитку сільського зеленого туризму України.
5. Формування туристичного іміджу України на ринку зарубіжної країни (за вибором).
6. Просування туристичного бренду локальної дестинації України (за вибором) на ринок країн ЄС.
7. Формування стратегії розвитку смарт-туризму міста Києва.
8. Програма регіонального розвитку туризму (за окремими дестинаціями, регіонами, містами, локаціями туризму).
9. Концепція розвитку агро-рекреаційних кластерів в Україні.
10. Просування мега-івентів м. Києва на міжнародний ринок туристичних послуг.
11. Розвиток туристичного потенціалу (*назва*) області.
12. Впровадження міжнародного досвіду забезпечення послугами інклюзивних туристів в Україні.
13. Розробка системи забезпечення якості туристичних послуг, як напряму інтеграції України в ЄС.
14. Стратегія відновлення та розвитку дитячого оздоровчого туризму в Україні.
15. Розвиток туризму в Східному регіону України в повоєнний період.
16. Розвиток ділового туризму в Україні.
17. Відновлення світового туристичного ринку на засадах сталого розвитку.
18. Стратегічні напрями розвитку внутрішнього туризму в Україні: регіональний аспект.
19. Розвиток воєнного туризму в Україні.
20. Візовий режим як один із інструментів адміністративного регулювання міжнародних туристичних потоків.
21. Історико-культурна спадщина міста/регіону/країни/туристичної дестинації

та її використання в туризмі.
22. Історико-культурні традиції міста/регіону/країни/туристичної дестинації як база розвитку пізнавального туризму.
23. Екосистеми як об'єкт туристсько-рекреаційної діяльності в країні/туристичній дестинації.
24. Інноваційна стратегія міжнародного туроператора (корпорації, інтегрованої структури).
25. Інноваційний розвиток міжнародного туристичного оператора (корпорації, комплексу).
26. Інноваційна діяльність міжнародного туристичного оператора (корпорації, комплексу).
27. Інтеграційні технології підприємств туристичного бізнесу на міжнародному ринку.
28. Інновінг міжнародного туристичного оператора.
29. Система міжнародної дистрибуції туристичних послуг.
30. Розвиток інноваційних бізнес-моделей у сфері туристичного підприємництва.

Розділ ІІ. ТУРОПЕРЕЙТИНГ

1. Internet-технології у формуванні бізнес-процесів міжнародного туристичного оператора.
2. Digital-технології міжнародного туристичного оператора.
3. Стратегія маркетингових комунікацій міжнародного туроператора
4. Комунікаційна політика міжнародного туроператора.
5. Впровадження концепції TQM в роботі міжнародного туристичного оператора
6. Інноваційні технології в діяльності міжнародного туристичного оператора.
7. Реінжиніринг сервісних процесів міжнародного туристичного оператора.
8. Сервісне управління міжнародного туристичного оператора.
9. Система операційного менеджменту міжнародного туристичного оператора.
31. Система логістичного управління міжнародного туристичного оператора.
32. Стратегія CRM міжнародного туристичного оператора.
33. Розроблення туристичного продукту дестинацій та його просування на міжнародному ринку.
34. Система інтегрованих маркетингових комунікацій міжнародного туристичного оператора.
35. Мобільні технології в просуванні туристичного продукту на міжнародний ринок.
36. Івент-маркетинг міжнародного туристичного оператора.
37. Формування бренду міжнародного туристичного оператора.
38. Стратегія конкурентоспроможності національного туристичного продукту на міжнародному ринку.
39. Розвиток туристичного потенціалу дестинацій для формування продуктового асортименту туроператора.

40. Антикризове управління туроператора на міжнародному туристичному ринку.
41. Диверсифікація продуктового портфелю міжнародного туристичного оператора на ринку України.
42. Інтеграційні технології міжнародного туроператора.
43. Стратегія збуту послуг міжнародного туристичного оператора на національному ринку.
44. Цифрові технології он-лайн збуту продукту міжнародного туристичного оператора.
45. Формування збутової мережі міжнародного туристичного оператора.
46. Технології інтеграційного зростання міжнародного туроператора.
47. Туроперейтинг національного продукту курортного туризму на міжнародному ринку.
48. Розвиток франчайзингової мережі туристичних агентств міжнародного туроператора.

РОЗДІЛ ІІІ. ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ

1. Розроблення туристичного продукту дестинації 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. дестинації*) на міжнародному ринку
5. Формування туристичного продукту *(назва област, регіону, кластеру. дестинації)* 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. Інтеграційні процеси в туризмі для подолання повоєнних травматичних наслідків у дітей.
14. Застосування міжнародного досвіду в розробці туристичних продуктів для реабілітації військовослужбовців з повоєнними травмами.

РОЗДІЛ IV. 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. Формування туристичних пропозицій дестинацій, які постраждали від наслідків війни для міжнародного споживчого ринку.