

МІЖРЕГІОНАЛЬНА  
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



МАУП

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ  
ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ  
САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ  
з дисципліни  
“МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ”  
(для бакалаврів, спеціалістів)**

МАУП

Київ  
ДП «Видавничий дім «Персонал»  
2009

Підготовлено доктором філософії в галузі економіки, доцентом кафедри менеджменту ЗЕД *В. В. Кобржицьким*

Затверджено на засіданні кафедри менеджменту ЗЕД УАІМВЛ ім. Аверроеса Міжрегіональної Академії управління персоналом (протокол № 1 від 01.09.08)

*Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом*

**Кобржицький В. В.** Методичні рекомендації щодо забезпечення самостійної роботи студентів з дисципліни “Міжнародний туризм” (для бакалаврів, спеціалістів). — К.: ДП «Вид. дім «Персонал», 2009. — 34 с.

Методична розробка містить пояснювальну записку, тематичний план дисципліни “Міжнародний туризм”, методичні вказівки для самостійного вивчення кожної теми, питання для самоконтролю, критерії оцінювання знань студентів при підсумковому контролі, а також список літератури.

- © Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП), 2009
- © ДП «Видавничий дім «Персонал», 2009

## ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Самостійна робота студентів є важливою складовою навчального процесу, що сприяє активізації засвоєння знань, набуття умінь і навичок студентами та їх практичній реалізації, допомагає формуванню у студентів уміння навчатися та одночасно є ефективним засобом опанування навчального матеріалу у вільний від обов'язкових навчальних занять час.

**Мета** самостійної роботи студентів полягає у сприянні засвоєнню навчальної програми дисципліни “Міжнародний туризм” у повному обсязі, у формуванні самостійності як особистісної риси та важливої професійної якості, сутність якої полягає в умінні планувати, систематизувати та контролювати власну перспективну та повсякденну діяльність.

**Завданням** самостійної роботи студентів є засвоєння комплексу знань, умінь і навичок, закріплення та систематизація здобутих знань, їх практичне застосування при виконанні творчих індивідуальних завдань і робіт, а також виявлення недоліків і прогалин у системі знань із предмета “Міжнародний туризм”.

Зміст самостійної роботи студента з дисципліни “Міжнародний туризм” визначається навчальною програмою дисципліни, методичними матеріалами, завданнями викладача.

Самостійна робота студента забезпечується системою навчально-методичних засобів, передбачених для вивчення цієї навчальної дисципліни: підручником, навчальними та методичними посібниками, методичними матеріалами для самостійної роботи студентів, конспектом лекцій тощо.

Самостійна робота студентів з навчальної дисципліни “Міжнародний туризм” організовується з дотриманням таких вимог:

- обґрунтування необхідності завдань загалом, а також конкретного завдання зокрема;
- надання детальних методичних рекомендацій щодо виконання роботи;
- надання можливості студентам виконувати творчі роботи, що відповідають умовно-професійному рівню засвоєння знань, при цьому не обмежуючи їх виконанням стандартних завдань;
- підтримання постійного зворотного зв'язку зі студентами у процесі виконання самостійної роботи.

Перелік завдань для самостійної роботи, форми її організації та звітності, термін виконання і кількість балів, які можна отримати за виконання завдань, визначаються викладачем кафедри.

Студенти, які розпочинають вивчати дисципліну “Міжнародний туризм”, повинні бути поінформовані викладачем щодо організації самостійної роботи, її форм і видів, термінів виконання, форм контролю та звітності, кількості балів за виконання завдань тощо.

Організація та контроль процесу і змісту самостійної роботи та її результатів здійснюються викладачами кафедри.

Оцінки (бали), одержані студентами за виконання різних видів самостійної роботи, фіксуються викладачами і повинні бути доведені до відома студентів.

**ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН**  
*дисципліни*  
**“МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ”**

№ пор.	Назва змістового модуля і теми
1	2
	<b>Змістовий модуль I. Науково-теоретичні основи міжнародного туризму</b> 1 Міжнародний туризм як об’єкт дослідження. Нормативно-правове регулювання міжнародного туризму 2 Сутність та економічні засади міжнародного туризму у контексті сучасної глобалізації 3 Соціально-економічна роль і статистика міжнародного туризму 4 Основні та супутні туристичні послуги
	<b>Змістовий модуль II. Міжнародні туристичні потоки</b> 5 Туристські потреби та попит. Пропозиції світового туристичного ринку 6 Формування потоків міжнародного туризму 7 Географія міжнародного туризму

1	2
	<b>Змістовий модуль III. Світовий ринок міжнародного туризму</b>
8	Регіональні аспекти розвитку міжнародного туризму
9	Туристичний потенціал України, його використання в історичному аспекті та в майбутньому
Разом годин: 108	

### **МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ВИВЧЕННЯ КОЖНОЇ ТЕМИ**

#### **Змістовий модуль I. Науково-теоретичні основи міжнародного туризму**

##### ***Тема 1. Міжнародний туризм як об'єкт дослідження. Нормативно-правове регулювання міжнародного туризму***

Поняття “міжнародний туризм”. Методи вивчення туризму. Функції туризму та його класифікація.

Основні чинники розвитку міжнародного туризму. Особливості розвитку міжнародного туризму в сучасних умовах. Туристична індустрія.

Нормативно-правове регулювання міжнародної туристичної діяльності.

##### ***Теми рефератів***

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Роль і місце міжнародного туризму в сучасній світовій економіці.
3. Суспільні функції сучасного туризму.
4. Сучасні підходи до класифікації туризму.
5. Філософські проблеми розвитку туризму.
6. Стан розвитку туристичного бізнесу в Україні.
7. Основні принципи організації туристичного бізнесу в Україні та за кордоном.

8. Суспільне значення сучасного міжнародного туризму для поліпшення ситуації на внутрішньому ринку праці (на прикладах ряду країн, що розвиваються).
9. Міжнародна нормативно-правова база регулювання міжнародного туризму.
10. Вітчизняна нормативно-правова база туристичної діяльності.

### ***Контрольні питання та навчальні завдання***

1. Сутність поняття “міжнародний туризм”.
2. Предмет, об’єкт і структура міжнародного туризму як навчальної дисципліни.
3. Внутрішній та іноземний туризм.
4. Оптимальні співвідношення в’їзних, внутрішніх і виїзних туристів для розвитку та функціонування туристичної галузі.
5. Рекреаційний туризм.
6. Розважальний і спортивний туризм.
7. Навчальний і навчально-відпочинковий туризм.
8. Пізнавальний туризм.
9. Паломницький туризм.
10. Науковий (конгресний) туризм.

### ***Тестові завдання***

#### **1. Туристична подорож – це:**

- а) виїзд людини на 24 години чи більше за межі свого населеного пункту;
- б) поїздка людини за межі населеного пункту постійного проживання терміном понад 24 години без отримання платні за таку діяльність;
- в) спеціальна форма переміщення людей, коли вони поєднують корисну діяльність із відпочинком;
- г) подорож до іншої країни чи населеного пункту без отримання матеріальної винагороди за такі дії.

#### **2. До видів туризму належать:**

- а) поїздки учених, викладачів і науковців на різноманітні наукові конференції, симпозіуми, семінари тощо;
- б) поїздки учнів і студентів (незалежно від віку) для вивчення загальних і спеціальних курсів, іноземних мов тощо;

- в) подорожі громадян з метою відпочинку чи лікування, відвідання святих місць або історичних та культурних пам'яток тощо;
- г) усі відповіді правильні.

### **3. Для національної економіки бажаним є:**

- а) переважання в'їзного туризму над виїзним і внутрішнім у загальнодержавному балансі туристичних послуг;
- б) поєднання якості, ресурсомісткості та ціни туристичного продукту на світовому ринку;
- в) переважання внутрішнього туризму в усіх його проявах над туризмом в'їзним і виїзним;
- г) використання наявних конкурентних переваг вітчизняних туристичних послуг у реалізації пропозицій вітчизняних туристичних фірм щодо організації відпочинку за межами країни.

### **4. Сучасний світовий туризм однозначно є:**

- а) чинником, що прискорює зростання важкої індустрії в країнах із високорозвиненою економікою;
- б) важливими перевагами сучасної організації виробництва міжнародними компаніями;
- в) однією з найрентабельніших галузей бізнесу;
- г) одним з явищ, що реально не впливає на розвиток світових комунікативних процесів.

### **5. Відповідно до напрямів руху туристів (туристичних потоків) розрізняються такі види туризму:**

- а) закордонний;
- б) іноземний;
- в) внутрішній;
- г) усі відповіді правильні.

*Література [1–5; 10; 19; 26; 27; 30; 49; 50; 55; 58]*

## **Тема 2. Сутність та економічні засади міжнародного туризму у контексті сучасної глобалізації**

Глобалізація та її причини. Процеси економічної глобалізації та їх вплив на зміни у міжнародному туризмі.

Політичний, економічний та географічний підходи до аналізу сучасного стану міжнародного туризму.

Чинники розвитку глобалізації туризму як галузі світової економіки та її характерні ознаки.

### *Тема рефератів*

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Інтернаціоналізація сучасного міжнародного туризму.
3. Специфічність і своєрідність процесів інтернаціоналізації та глобалізації.
4. Вплив глобалізації на розвиток міжнародного туризму.
5. Рушійні сили економічної глобалізації.
6. Вплив розвитку сучасного світового ринку туристичних і супутніх послуг на розвиток конкурентної боротьби між провідними туроператорами світу.
7. Взаємовплив розвитку сучасної туристичної галузі, готельного й ресторанного бізнесу.
8. Регіональні особливості розвитку туризму, транспорту та інших супутніх галузей.
9. Взаємодоповнюючий вплив туристичної й транспортної галузей як важливий чинник інтенсифікації розвитку національної (регіональної) економіки.
10. Політичні та економічні засади реформування туристичної галузі.

### *Контрольні питання та навчальні завдання*

1. Основні причини глобалізаційних процесів.
2. Залежність рівня конкуренції від галузі економіки.
3. Основні проблеми, що стоять перед суб'єктами туристичного бізнесу у зв'язку з поглибленням глобалізації цього виду підприємницької діяльності.
4. Вплив, який здійснюють регіональні та глобальні об'єднувачі процеси на розвиток міжнародного туризму.
5. Спільні та відмінні риси інтернаціоналізації та глобалізації світового ринку готельних і туристичних послуг.
6. Глобалізація маркетингових комунікацій у туристичній діяльності.
7. Вплив розвитку сучасних засобів зв'язку на еволюцію та темпи глобалізації міжнародного туризму.
8. Вплив стану розвитку ринку туристичних послуг на характер конкуренції в галузі.
9. Особливості міжнародної конкуренції в сучасних умовах розвитку туристичного ринку.



10. Особливості сучасних конкурентних переваг транснаціональних і міжнародних компаній у міжнародному туристичному бізнесі.

### **Тестові завдання**

**1. Національні переваги в туристичній галузі можуть бути зумовлені такими чинниками:**

- а) розвитком виробничих відносин у галузі та рівнем розвитку внутрішнього туризму;
- б) наявністю та структурою виробничих ресурсів, розвитком суміжних галузей, характером попиту на туристичні продукти, рівнем конкуренції на національному ринку;
- в) діяльністю з реалізації комерційних і творчих ідей, що стимулюють продаж туристичних послуг, рівнем конкуренції на національному туристичному ринку;
- г) станом розвитку попиту на вироблювані туристичні продукти на національному та світовому ринках.

**2. Для успішного розв'язання проблеми конкурентоспроможності національної туристичної галузі на міжнародних ринках слід ефективно вирішувати такі завдання:**

- а) створювати, експлуатувати та обслуговувати місцеве технічне обладнання та елементи національної інфраструктури туризму;
- б) придбавати та використовувати сучасні інформаційні технології для розвитку вітчизняних підприємств;
- в) отримати доступ до основних, задіяних у міжнародному туристичному бізнесі мереж (фінансової, інформаційної, торговельної);
- г) усі відповіді правильні.

**3. Сучасний міжнародний туризм як галузь світової економіки, що активно розвивається, є:**

- а) одним із чинників світової глобалізації;
- б) відносно важливим аспектом діяльності вітчизняних підприємств та організацій на міжнародних ринках;
- в) чинником політичної та економічної стабільності у державі;
- г) важливим інструментом підтримки політичної стабільності, прозорості владних структур, ефективної діяльності вітчизняних маркетологів, гармонізації законодавства з міжнародними правовими нормами, низького рівня корупції.

**4. Світовими тенденціями, що активно сприяли втраті колишнього значення державних і митних кордонів та глобалізації світової економіки, є такі:**

- а) глобалізація фінансів, управлінських функцій, третинного сектора економіки та проблем довкілля;
- б) міжнародна економічна інтеграція, зростання ролі ТНК, міжнародна спеціалізація виробництва і торгівлі товарами та послугами, розширення експорту прямих інвестицій з Північної Америки, Західної Європи та Східної Азії;
- в) відповіді “а” та “б” правильні;
- г) правильних відповідей немає.

**5. Особливо важливе значення для бурхливого розвитку міжнародного туризму набули:**

- а) швидкий розвиток різноманітних засобів міжнародної комунікації;
- б) процес інтернаціоналізації та глобалізації фінансових і страхових послуг;
- в) постійне вдосконалення транспортних засобів і оптимізація вартості міжнародних подорожей;
- г) усі відповіді правильні.

*Література* [6; 8; 11; 19; 23; 27; 33; 37; 38; 42; 52; 54; 61; 62]

### ***Тема 3. Соціально-економічна роль і статистика міжнародного туризму***

Сфера економічного впливу туризму. Соціальна значущість туризму: забезпечення зайнятості; гуманітарне значення туризму.

Статистика туристських потоків. Статистика туристських доходів і витрат. Статистичне дослідження міжнародного туризму.

#### ***Теми рефератів***

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Основні переваги сучасних підприємств на світових галузевих ринках.
3. Поєднання різних підходів до оцінки міжнародної конкуренції — запорука успішності її здійснення.
4. Моніторинг конкурентів.

5. Переваги та недоліки залежності форм і методів конкуренції від галузевої належності.
6. Використання переваг оригінальності та національної особливості в підтриманні високої конкурентоспроможності товарів і послуг на зовнішніх ринках різних країн.
7. Вплив глобалізації на зміну міжнародної конкуренції в туристичному, готельному та ресторанному бізнесі.
8. Гуманітарна місія міжнародного туризму.
9. Вплив туристичної та суміжних галузей на розвиток внутрішніх і регіональних ринків зайнятості.
10. Міжнародний туризм як об'єкт статистичного дослідження.

### ***Контрольні питання та навчальні завдання***

1. Визначити найхарактерніші риси сучасного стану міжнародної конкуренції в туристичному бізнесі.
2. Регіональні чинники впливу на конкуренцію в міжнародному туризмі.
3. Глобальні чинники впливу на міжнародний туризм і готельне господарство.
4. Поліваріантність у підходах до оцінки сучасного стану розвитку міжнародного туризму.
5. Інноваційний підхід до інтенсифікації міжнародного туризму.
6. Маркетинговий підхід до проблем розвитку міжнародного туризму як виду бізнесу.
7. Туристські потоки “із країни”.
8. Туристські потоки “в країну”.
9. Світові доходи та витрати в туризмі.
10. Дослідження міжнародного туризму методами статистики.

### ***Тестові завдання***

#### **1. З гуманітарних позицій міжнародний туризм:**

- а) не має істотного значення;
- б) має велике загальнолюдське значення як чинник об'єднання народів в одну планетарну родину;
- в) є важливою галуззю бізнесу, а не гуманітарного об'єднання;
- г) правильної відповіді немає.

#### **2. При вивченні та оцінці стану сучасного міжнародного туризму:**

- а) слід враховувати національні інтереси;

- б) необхідно об'єктивно зважувати й оцінювати його здобутки в гуманітарному напрямку та знаходити можливості їх подальшого збільшення та урізноманітнення;
- в) треба шукати шляхи його подальшого інтенсивного розвитку, а не пропагувати вже досягнуте;
- г) потрібно враховувати його економічні, політичні та соціальні здобутки і перспективи.

### **3. Відповідно до обсягу валових доходів світовий туризм:**

- а) відстає від нафтодобувної, автомобільної промисловості;
- б) випереджає сталеваріння, видобуток благородних металів, автомобілебудування, але поступається нафтопереробній і хімічній промисловості;
- в) посідає одне з провідних місць серед інших видів матеріального виробництва;
- г) поступається банківським послугам і телекомунікаціям, випереджаючи транспортні, юридичні та медичні послуги.

### **4. Туристична галузь разом із суміжними на внутрішній і регіональний ринки праці:**

- а) великого впливу не мають;
- б) мають незначний вплив сезонного характеру;
- в) мають помітний вплив через створення робочих місць для різних категорій працівників;
- г) правильної відповіді немає.

### **5. До найважливіших ознак міжнародного туризму кінця XX – початку XXI ст. можна віднести:**

- а) високу привабливість такого виду відпочинку для заможних громадян і громадян із середніми та невисокими доходами;
- б) відносно незначні кошти, необхідні для початку своєї справи у галузі, раціональне використання природних ресурсів;
- в) підтримку дружніх стосунків із представниками інших держав, поглиблення взаєморозуміння між народами за рахунок людського спілкування та відкритості, відкритість країни та високий рівень інформаційного забезпечення управління державою;
- г) усі відповіді правильні.

*Література* [12; 17; 18; 22; 28; 32; 33; 38; 39; 62]

#### **Тема 4. Основні та супутні туристичні послуги**

Поняття туристичних і супутніх послуг.

Матеріально-технічна база туристичної індустрії.

Послуги гостинності. Екскурсійна діяльність. Ресторанні послуги. Транспортні послуги. Індустрія розваг та інші види супутніх послуг.

#### **Теми рефератів**

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Туристичні послуги.
3. Туроператори та турпродукти.
4. Посередники на туристичному ринку.
5. Готельні послуги.
6. Індустрія харчування.
7. Транспорт і його роль у забезпеченні туристичних послуг.
8. Роль попиту в підвищенні інтенсивності конкуренції на супутні туристичні послуги.
9. Вплив додаткових послуг на реалізацію основних туристичних і готельних послуг у різних регіонах.
10. Екскурсії та розваги в туризмі.

#### **Контрольні питання та навчальні завдання**

1. Причини інтенсифікації конкуренції в туристичному та готельному бізнесі.
2. Рушійні сили міжнародної конкуренції в туристичному бізнесі.
3. Основні туристичні послуги.
4. Супутні туристичні послуги.
5. Туристичний продукт.
6. Туроператори та турагенти.
7. Сутність екскурсійних послуг.
8. Основні умови для проведення екскурсій.
9. Транспортне забезпечення туристичної діяльності.
10. Готелі і ресторани в туризмі.

#### **Тестові завдання**

**1. Згідно з теорією М. Портера, конкуренція у міжнародному туризмі – це:**

- а) діяльність маркетологів, спрямована на розширення клієнтської бази та її утримання за рахунок високоякісних послуг певної торгової марки;

- б) динамічний процес, за якого безперервно з'являються нові туристичні пропозиції (нові турпродукти), нові шляхи маркетингу, нові технології виробництва турпослуг;
- в) діяльність з ініціювання та створення тривалого переважного ставлення до турпослуг, що базується на спільному посиленому впливі на споживача товарного знака, рекламних звернень та інших складових реклами, об'єднаних певною ідеєю, що вирізняють фірму-туроператора серед конкурентів і створюють її образ;
- г) суперництво в якійсь галузі між окремими фізичними чи юридичними особами, котрі зацікавлені в досягненні однієї й тієї ж мети.

### **2. Туристичні агенти:**

- а) здійснюють посередницьку діяльність з реалізації характерних туристичних і супутніх послуг;
- б) здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту туроператорів;
- в) здійснюють будь-які інші дозволені види господарської діяльності;
- г) усі відповіді правильні.

### **3. Реальні переваги туристичної фірми створюються завдяки:**

- а) ексклюзивним цінностям запропонованого туристичного продукту;
- б) багатству клієнтів;
- в) створенню ідеального образу для споживачів, котрі постійно очікують на появу нових туристичних послуг найвищої якості;
- г) більш ефективному використанню чинників, які є схожими для них і конкурентів.

### **4. Туристичні оператори займаються:**

- а) організацією та створенням туристичних послуг;
- б) посередницькою діяльністю з надання основних і супутніх туристичних послуг;
- в) відповіді "а" та "б" правильні;
- г) правильної відповіді немає.

### **5. Вітчизняні ліцензовані туроператори можуть:**

- а) приймати іноземних туристів і надавати їм турпослуги в Україні;
- б) відправляти за кордон вітчизняних туристів;

- в) забезпечувати туристичні послуги громадянам України в межах нашої держави;
- г) усі відповіді правильні.

*Література* [9; 11; 14; 16–18; 24; 28; 29; 32; 34; 40; 41; 44; 47; 49; 50; 53]

## **Змістовий модуль II. Міжнародні туристичні потоки**

### ***Тема 5. Туристські потреби та попит.***

#### ***Пропозиції світового туристичного ринку***

Туристсько-рекреаційні потреби та їх вплив на формування туристичних потоків. Обсяг і структура рекреаційних потреб. Інші види туристських потреб сучасної людини. Залежність обсягів і різноманітності туристських потреб від економічного та інформаційного розвитку суспільства.

Сучасні підходи до вивчення туристських потреб населення.

Сутність туристичного попиту і пропозиції. Основні риси туристичного попиту і пропозиції. Туристичний попит і пропозиція на ринку туристичних послуг.

Формування туристського попиту. Вплив рекреаційних та інших видів туристських потреб на формування туристичного попиту.

Зміст і сутність туристичної пропозиції. Сегментні особливості пропозицій міжнародного туристичного ринку.

#### ***Теми рефератів***

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Туристсько-рекреаційні потреби та їх структура.
3. Туристична мода.
4. Прогнозування та планування у системі вивчення і використання сучасного туристичного попиту.
5. Чинники формування туристичного попиту.
6. Туристичний попит.
7. Туристична пропозиція.
8. Ринок туристичних послуг.
9. Раціоналізація управлінських структур у туристичному бізнесі — шлях до підвищення конкурентоспроможності турфірм.
10. Сезонність у міжнародному туризмі.

### ***Контрольні питання та навчальні завдання***

1. Системний підхід до вивчення туристських потреб клієнтів.
2. Структура рекреаційних потреб.
3. Інтелектуальні потреби сучасного туриста.
4. Туристичний попит на міжнародному ринку.
5. Туристичні пропозиції на міжнародному ринку.
6. Сучасний міжнародний ринок турпослуг.
7. Тенденції зміни симпатій споживачів на міжнародному туристичному ринку.
8. Вплив стану розвитку суспільства на туристські потреби його членів.
9. Піки та спади міжнародного туризму.
10. Сучасні шляхи просування турпродукту на міжнародному ринку.

### ***Тестові завдання***

**1. До особливо ефективних сучасних способів просування туристичного продукту на світовому ринку слід віднести:**

- а) пряий пошук зарубіжних партнерів;
- б) міжнародні туристичні виставки;
- в) залучення посередників — фахівців із пошуку міжнародних комерційних контактів;
- г) правильної відповіді немає.

**2. На зростання чи спад попиту на міжнародні туристичні послуги можуть впливати:**

- а) зміна внутрішньої економічної ситуації в країні, куди люди збираються поїхати, чи в країні, звідки вони хочуть виїхати;
- б) різкі зміни погоди, природні катаклізми, тривалі порушення в роботі міжнародного транспорту;
- в) сезонні коливання;
- г) усі відповіді правильні.

**3. Наявність значних інтелектуальних потреб сучасного туриста зумовлює відповідну реакцію підприємств туристичного бізнесу у вигляді пропозиції:**

- а) екскурсійних турів, конгресного (наукового) туризму, навчання за кордоном;
- б) турів по кількох країнах континенту;



- в) нових паломницьких турів;
- г) рекреаційних турів з факультативними екскурсіями.

#### **4. Сучасний ринок міжнародних туристичних послуг насичений:**

- а) значною кількістю дрібних, середніх і великих туристичних фірм;
- б) великим вибором різноманітних туристичних пропозицій;
- в) відповіді “а” та “б” правильні;
- г) правильних відповідей немає.

#### **5. На ринку туристичних послуг кінця ХХ – початку ХХІ ст. спостерігається:**

- а) зростання кількості спеціалізованих курортів та окремих видів відпочинку (нерідко – екстремального);
- б) постійне зростання рівня сервісу, що надається міжнародним туристам готелями, ресторанами, транспортними компаніями;
- в) концентрація виробництва турпослуг у руках великих міжнародних і транснаціональних туроператорів;
- г) усі відповіді правильні.

*Література* [3; 11; 13; 15; 21; 23; 25; 30–34; 40; 41; 47; 51–54; 60]

### ***Тема 6. Формування потоків міжнародного туризму***

Територіальна організація туризму.

Основні закономірності формування міжнародних туристичних потоків. Зв'язок інтенсивності туристичних потоків із розміщенням природних, історико-культурних та інших туристичних ресурсів. Вплив соціально-економічних чинників розвитку окремих країн на тривалість, напрямки, цілі туристичних подорожей їх громадян.

#### ***Теми рефератів***

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Історичні, культурні, релігійні центри як чинники зростання внутрішнього та іноземного туризму.
3. Територіальна організація міжнародного туризму.
4. Вплив природних ресурсів країни (регіону) на в'їзний туристичний потік.
5. Сучасний підхід до визначення показників ефективності роботи туристичної фірми.

6. Причинно-наслідковий зв'язок політики та економіки окремих країн зі зміною туристичного попиту їх громадян.
7. Нетрадиційні види та місця подорожей.
8. Стан розвитку туризму в країнах Європи.
9. Туризм на Африканському континенті.
10. Туризм у країнах Північної Америки.
11. Сучасний стан розвитку туризму в Латинській Америці.
12. Азійський туризм як важливий чинник зростання національних економік ряду країн.

### ***Контрольні питання та навчальні завдання***

1. Сутність територіальної організації міжнародного туризму.
2. Американські туристи в світі.
3. Східноєвропейські туристи та їх особливості.
4. Туризм країн півночі Африканського континенту.
5. Близькосхідний туризм і його специфічні риси.
6. Туризм країн Океанії.
7. Антарктида туристична.
8. Космічний туризм.
9. Західноєвропейський туризм.
10. Культурна спадщина людства та міжнародний туризм.

### ***Тестові завдання***

#### **1. Основним регіоном за привабливістю для туристів є:**

- а) Америка;
- б) Європа;
- в) Африка;
- г) Азія.

#### **2. Обсяги в'їзних туристичних потоків напряму залежать від:**

- а) політичної та економічної стабільності в країні;
- б) розвитку індустрії гостинності та транспортної мережі;
- в) наявності природних, культурних, релігійних, історичних ресурсів та їх доступності для ознайомлення;
- г) усі відповіді правильні.

#### **3. Іноземний туризм для курортів інших країн корисний тому, що:**

- а) створює там нові робочі місця;
- б) несе із собою нові технології для розвитку галузі;

- в) підвищує рівень самоповаги корінної нації;
- г) усі відповіді правильні.

#### **4. Національна туристична політика може вимагати:**

- а) обов'язкової сертифікації всіх туристичних послуг, що надаються іноземним і вітчизняним туристам;
- б) обов'язкової участі іноземних інвесторів у розвитку національної туристичної інфраструктури у розмірі не менш як 33 % від внеску вітчизняних інвесторів (наприклад, у Перу);
- в) щоб за кордон виїздило не більш як 10 % громадян (наприклад, Єгипту) від кількості іноземних громадян, що відвідали цю країну протягом року;
- г) правильної відповіді немає.

#### **5. На обсяги виїзного туристичного потоку впливають:**

- а) розміри доходів населення певної країни;
- б) наявний потяг до нових знань і вражень;
- в) доступність цін на іноземних курортах і транспорті;
- г) усі відповіді правильні.

*Література [6; 7; 13; 19; 20; 24; 36; 45; 48; 56]*

### ***Тема 7. Географія міжнародного туризму***

Країни, що постачають міжнародних туристів. Країни, що приймають міжнародних туристів.

Географія міжнародних туристичних потоків світу. Географія міжнародного відпочинкового, лікувально-оздоровчого, ділового, наукового та релігійного туризму. Екстремальний туризм. Тайм-шер. Етнічний туризм.

Характеристика основних туристичних потоків за туристичними макрорегіонами і субрегіонами світу.

Особливості та сучасні географічні тенденції розповсюдження міжнародних туристичних потоків. Найперспективніші туристичні країни світу.

### ***Теми рефератів***

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Фінансова стратегія туристичної фірми.
3. Імпорт туристичних послуг.
4. Експорт туристичних послуг.

5. Проблема підготовки кваліфікованих кадрів для міжнародного туризму.
6. Дослідження основних туристичних потоків світу.
7. Порівняльний аналіз витрат, пов'язаних із входженням і виходом з туристичного ринку.
8. Географія ділового та наукового туризму.
9. Паломницький туризм на початку ХХІ ст.
10. Географія основних світових туристичних потоків.

### ***Контрольні питання та навчальні завдання***

1. Основні туристичні потоки світу.
2. Діловий туризм.
3. Паломницький туризм.
4. Науковий туризм.
5. Пізнавальний туризм.
6. Оздоровчий туризм.
7. Латиноамериканський туризм.
8. Австралійський туризм.
9. Японський туризм.
10. Український туризм.

### ***Тестові завдання***

#### **1. Паломницький туризм – це:**

- а) туристична подорож місіонера-одинака чи групи місіонерів з метою пропаганди релігійного віровчення;
- б) подорож індивідуального чи масового характеру з метою відвідання різноманітних святих місць;
- в) відповіді “а” та “б” правильні;
- г) правильних відповідей немає.

#### **2. Науковим є туризм, котрий:**

- а) включає поїздки з метою участі у конгресах, симпозиумах, конференціях, нарадах тощо;
- б) належить до найприбутковіших видів туризму;
- в) становить до 10 % загальної кількості іноземних туристів;
- г) усі відповіді правильні.

#### **3. Інклюзив-тур – це:**

- а) тур, що складається з різних видів послуг, кожна з яких може реалізуватися окремо та має власну роздрібну ціну;

- б) подорож за визначеним маршрутом із певним конкретним комплексом послуг;
- в) тур, що передбачає переміщення у різних напрямках з одного і того самого пункту та повернення до нього;
- г) правильної відповіді немає.

#### **4. Етнічним туризмом називаються:**

- а) поїздки на побачення з рідними, котрі проживають за кордоном;
- б) відвідання історичних місць, з якими пов'язана історія народу чи життя предків;
- в) відповіді “а” та “б” правильні;
- г) правильної відповіді немає.

#### **5. Туризм самообслуговування характеризується такими ознаками:**

- а) розміщуються туристи найчастіше у приватному секторі;
- б) туристи купують у турфірми розміщення (часом ще й транспортування та страховий поліс);
- в) на місці туристи отримують мінімум послуг, а решту можуть придбати додатково;
- г) усі відповіді правильні.

*Література* [9; 10; 13–17; 20; 33; 37; 45–48; 55; 57]

### **Змістовий модуль III. Світовий ринок міжнародного туризму**

#### **Тема 8. Регіональні аспекти розвитку міжнародного туризму**

Регіональна структура туристичного ринку. Характерні регіональні ознаки розвитку туризму.

Форми ринкових структур у туризмі. Конкуренція у міжнародному туризмі.

Концентрація послуг у туризмі, форми концентрації. Міжнародні та транснаціональні туристичні компанії як форма глобалізації туризму. Вплив туристичних ТНК на національну економіку країн світу.

#### **Темі рефератів**

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Світовий туристичний ринок і його структура.
3. Ринкові структури в туризмі.

4. Роль туристичної галузі для розвитку конкурентоспроможності національної економіки.
5. Модель М. Портера для національної економіки.
6. Концентрація послуг та її форми в міжнародному туризмі.
7. ТНК у міжнародному туризмі.
8. Основні регіональні риси розвитку азійського туризму.
9. Характерні ознаки сучасного американського туризму.
10. Особливості центрально- та східноєвропейського туризму.

### ***Контрольні питання та навчальні завдання***

1. Міжнародний ринок туристичних послуг.
2. Сучасні підходи до визначення конкурентоспроможності країни на світовому ринку.
3. Нерівномірність розподілу туристичних ресурсів.
4. Туристичні ресурси Європи та їх використання.
5. Сучасні погляди на розвиток ринкових структур у туризмі.
6. Тенденція концентрації туристичних послуг.
7. Глобалізація туризму.
8. Дрібні турфірми на світовому ринку.
9. Середні туристичні фірми на світовому ринку.
10. Визначення конкурентоспроможності національних економік на світовому туристичному ринку.

### ***Тестові завдання***

#### **1. У міжнародному туризмі за останні 20 років спостерігається:**

- а) поява нових невеликих мобільних підприємств туристичного бізнесу;
- б) укрупнення підприємств туристичної галузі та поступове витіснення дрібних фірм із цього бізнесу;
- в) зростання інвестицій, гармонізація законодавства всіх країн, що активно приймають іноземних туристів, із законодавством країн-учасників СОТ;
- г) збереження потенціалу вітчизняної робочої сили, реорганізація транспортної мережі, зростання іноземних інвестицій у національну економіку держав, що активно розвивають в'їзний туризм.

**2. До золотих правил високої конкурентоспроможності національних економік слід віднести такі:**

- а) стабільне й передбачуване законодавство, гнучка економічна структура, взаємозалежність зарплати, продуктивності праці та податків, інвестиції в освіту та підвищення кваліфікації;
- б) інвестування у традиційні та технологічні інфраструктури, стимулювання приватних заощаджень і внутрішніх інвестицій, баланс переваг глобалізації економіки та збереження національних особливостей;
- в) агресивність експорту та привабливість внутрішнього ринку, якість, гнучкість і прозорість управління й адміністрування, скорочення розриву між мінімальними та максимальними доходами, зміцнення середнього класу;
- г) усі відповіді вірні.

**3. Зазначте, чи відповідає поняття конкурентоспроможності національної економіки визначенню: “Це міра можливості країни за умов вільного ринку виробляти продукти, що відповідають вимогам світових ринків при збереженні чи підвищенні реальних доходів своїх громадян”:**

- а) так;
- б) ні.

**4. Зручними та гнучкими в управлінні є туристичні підприємства у формі:**

- а) малих приватних підприємств;
- б) кооперативних підприємств;
- в) товариств з обмеженою відповідальністю;
- г) акціонерних товариств.

**5. Для європейського регіону характерно:**

- а) значна кількість туристів, що виїждять за межі своїх країн;
- б) значна кількість туристів, що приїждять до європейських країн з-за кордону, передусім з американських та азійських держав;
- в) збереження історичних, культурних, природних пам'яток;
- г) усі відповіді правильні.

*Література* [6; 9; 13; 20–22; 24; 31; 33; 36; 43–48; 59; 60]

## ***Тема 9. Туристичний потенціал України, його використання в історичному аспекті та в майбутньому***

Природні ресурси України — основний чинник її туристичної привабливості.

Кліматичні, географічні, геополітичні та економічні переваги України щодо прийняття іноземних туристів.

Стан розвитку туристичної та супутньої інфраструктури як вагомий важіль впливу на інтенсивність в'їзного туристичного потоку.

Національна та регіональні програми розвитку туризму в Україні. Перспективи розвитку туристичної та суміжних галузей у зв'язку з чемпіонатом Європи з футболу 2012 року.

### ***Темі рефератів***

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Розвиток національної економіки — визначальний чинник конкурентоспроможності туристичної галузі країни на світовому ринку.
3. Географічні чинники туристичної привабливості України.
4. Кліматичний ресурс України — потужний чинник залучення іноземних туристів.
5. Геополітичні чинники розвитку туризму в Україні.
6. Вплив розвитку супутньої інфраструктури на розвиток туризму.
7. Роль і місце фундаментальної та прикладної науки в досягненні істотних переваг національної туристичної галузі.
8. Транс'європейські транспортні коридори і розвиток туризму в Україні.
9. Національна та регіональні програми розвитку українського туризму.
10. Чемпіонат Європи з футболу 2012 року і розвиток туризму в Україні.

### ***Контрольні питання та навчальні завдання***

1. Географічне положення України й туризм.
2. Кліматичні чинники розвитку вітчизняного туризму.
3. Чинники впливу на показники конкурентоспроможності національної туристичної галузі.
4. Південь України і міжнародний туризм.



5. Туристичний потенціал українських Карпат.
6. Лікувально-оздоровчий потенціал України.
7. Ціновий чинник впливу на розвиток внутрішнього та іноземного туризму в Україні.
8. Перспективи українського туризму на 2012 рік.
9. Вплив Всесвітнього економічного форуму на ранжування національних економік за рівнем їх конкурентоспроможності.
10. Роль міжнародних неурядових організацій у регулюванні міжнародного туризму.

### *Тестові завдання*

**1. В Україні існує Державна програма розвитку туризму, розрахована до:**

- а) 2012 р.;
- б) 2010 р.;
- в) 2020 р.;
- г) 2017 р.

**2. Привабливість національного туристичного продукту визначається наявністю в країні:**

- а) сприятливих погодно-кліматичних умов для відпочинку іноземних туристів;
- б) помірними цінами на туристичні та супутні послуги;
- в) високим рівнем розвитку туристичної інфраструктури;
- г) усі відповіді правильні.

**3. Відповідно до цін на рекреаційно-оздоровчі послуги кримських оздоровниць:**

- а) українці віддають перевагу турецьким і єгипетським курортам;
- б) переважно їдуть на відпочинок у Болгарію, Румунію, Туреччину;
- в) віддають перевагу зеленому туризму;
- г) охоче заповнюють кримські готелі та оздоровниці.

**4. Лікувально-оздоровчий потенціал України складається з такого:**

- а) численних санаторіїв і курортних поліклінік;
- б) будинків відпочинку, туристичних баз, профілакторіїв тощо;
- в) відповіді “а” та “б” правильні;
- г) усіх закладів стаціонарного лікування.

**5. Уміле використання чемпіонату Європи з футболу 2012 року дасть змогу:**

- а) збудувати нові сучасні та якісно відновити існуючі готелі, придатні до прийому великої кількості іноземних футбольних вболівальників;
- б) побудувати нові або реконструювати старі стадіони у всіх містах, де проходять матчі чемпіонату;
- в) реконструювати існуючі або збудувати нові автомобільні шляхи, аеропорти, вокзали;
- г) усі відповіді правильні.

*Література* [1–5; 20; 21; 26; 27; 29; 38; 43; 44; 46; 47; 49; 50; 57–61]

**КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ СТУДЕНТІВ  
ПРИ ПІДСУМКОВОМУ КОНТРОЛІ**

Контроль знань з дисципліни “Міжнародний туризм” складається з двох блоків планових заходів:

- поточний контроль знань студентів;
- підсумковий контроль знань студентів.

**Порядок оцінювання знань студентів за результатами  
вивчення дисципліни**

№ пор.	Форма оцінювання знань	Кількість балів	Результат
1	2	3	4
1	Оцінювання поточної роботи в семестрі, в т.ч. :	від 0 до 40 балів	
1.1	виконання обов'язкових завдань: а) систематичність та активність роботи протягом семестру; б) виконання завдань для самостійного опрацювання;	до 20 балів, з них:  а) до 10 балів б) до 10 балів	

1	2	3	4
1.2	проходження модульного контролю знань	до 20 балів	
2	Оцінювання письмової екзаменаційної роботи	від 0 до 60 балів	Проходження підсумкового контролю знань з дисципліни та одержання підсумкової оцінки

Бали за результатами поточного контролю в сумі та по доданках, а також за результатами оцінювання письмової екзаменаційної роботи виставляються числом, кратним “5”.

Загальна підсумкова оцінка (в балах) складається з суми балів за результати поточного контролю знань і за виконання завдань, що виносяться на іспит. На іспиті студент повинен набрати не менш як 30 балів.

Підсумковий контроль знань за дисципліною проводиться у формі письмового іспиту за екзаменаційними білетами, кожен з яких включає три питання.

Відповідь на кожне з питань білета оцінюється окремо з диференціацією в 20, 10, 0 балів.

Відповідь на кожне з питань білета оцінюється в:

**20 балів** — якщо у відповіді студента повно, розгорнуто, правильно та обґрунтовано викладено матеріал;

- виявлено глибокі знання студентом усієї програми навчальної дисципліни, його вміння користуватися різноманітними методами наукового аналізу суспільних і правових явищ, встановлювати їх характерні риси та особливості;
- показано чітке знання відповідних категорій, їх змісту, розуміння їх взаємозв'язку і взаємодії, правильно сформульовано відповідні тлумачення;
- продемонстровано знання назв і змісту передбачених програмою нормативно-правових актів (для найважливіших — необхідно знати рік їх прийняття);

- вміщено аналіз змістовного матеріалу, порівняння різних поглядів на дану проблему, самостійні висновки студента, формулювання та аргументацію його точки зору;
- наведено поряд із теоретичним матеріалом фактичні дані (статистичні, результати судової практики і т. ін.), їх оцінку та порівняння;
- логічно і граматично правильно викладена;

**10 балів** — якщо студент дав відповідь на поставлене запитання, однак вона має хоча б один з таких недоліків:

- є неповною, не містить усіх необхідних відомостей про предмет запитання;
- є не зовсім правильною, тобто наявні недоліки у розкритті змісту понять, категорій, закономірностей, назв і змісту нормативно-правових актів, дано нечіткі характеристики відповідних явищ;
- не є аргументованою, тобто не містить посилань на нормативно-правові акти (за необхідності) та інші джерела, аналізу відповідних теорій, концепцій, наукових течій і т. ін.; недостатньо використано дані юридичної практики, інший фактичний і статистичний матеріал;
- свідчить про наявність прогалин у знаннях студента;
- викладена з порушенням логіки подання матеріалу, містить багато граматичних, грубих стилістичних помилок і виправлень;

**0 балів** — якщо студент не відповів на поставлене запитання;

- відповідь є неправильною, не розкриває сутності питання;
- при відповіді допущено грубі змістовні помилки, які свідчать про відсутність знань у студента;
- студент демонструє безсистемність та поверховість знань, невміння сформулювати думку та викласти її, незнання основних положень навчальної дисципліни.

Результат письмового іспиту складається з суми балів, одержаних за всі питання. У тому разі, коли відповіді студента оцінені менш як у 30 балів, він отримує незадовільну оцінку за результатами іспиту (тобто 0 балів).

Загальне підсумкове оцінювання знань студентів здійснюється з урахуванням результатів оцінювання поточної роботи в семестрі

(в діапазоні від 0 до 40 балів) та результатів письмового іспиту (не менше як 30 і не більше як 60 балів) за 100-бальною системою з подальшим переведенням в традиційну систему за 4-бальною шкалою та шкалою *ECTS* для фіксації оцінки в нормативних документах.

Оцінка за бальною шкалою	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою <i>ECTS</i>
85–100	5 (відмінно)	A
80 65–75	4 (добре)	B C
60 50–55	3 (задовільно)	D E
30–45	2 (незадовільно) з можливістю повторного складання	FX
0–25	2 (незадовільно) з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	F

Для реєстрації оцінки за шкалою *ECTS* в екзаменаційних відомостях вводиться спеціальна графа “Оцінка за шкалою *ECTS*”.

## **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ**

### *Основна*

1. Закон України “Про внесення змін до Закону України “Про туризм” від 18.11.03 № 1282-IV.
2. Закон України “Про ліцензування певних видів господарської діяльності” від 01.06.2000 ВВР України. – 2000. – № 36. – С. 299.
3. Державна програма розвитку туризму на 2002–2010 роки. – К., 2002. – 7 с.
4. Правова база України з питань в'їзду та виїзду громадян // Збірник законодавчих та нормативних актів / М. І. Камлик. – К.: Атіка, 2003. – 204 с.

5. *Правове регулювання туристичної діяльності* / За ред. В. К. Федорченка. — К.: Юрінком Інтер, 2002. — 640 с.
6. *Александрова А. Ю.* Международный туризм. — М.: Аспект Пресс, 2001. — 464 с.
7. *Бабарицька В., Малиновська О.* Менеджмент туризму. Туроперейтинг. — К.: Альтерпрес, 2004. — 156 с.
8. *Балабанов Н. Т., Балабанов А. Н.* Экономика туризма. — М.: Финансы и статистика, 2001. — 173 с.
9. *Бейдик О. О.* Українсько-російський словник термінів і понять з географії туризму та рекреаційної географії. — К.: Вид-во КДУ, 1997. — 188 с.
10. *Борисов К. Г.* Международный туризм и право: Учеб. пособие. — М.: НИМП, 1999. — 352 с.
11. *Герасименко В. Г.* Основы туристского бизнеса: Учеб. пособие. — Одесса.: Черноморье, 1997. — 160 с.
12. *Гуляев В. Г.* Организация туристической деятельности: Учеб. пособие. — М., 1996.
13. *Дахно І. І., Тимофієв С. М.* Країни світу: Енциклопедичний довід. — К.: МАПА, 2007. — 608 с.
14. *Дурович А. П.* Маркетинг в туризме. — Минск: Новое знание, 2001. — 280 с.
15. *Дурович А. П.* Реклама в туризме. — Минск: Новое знание, 2003. — 254 с.
16. *Жолдак В.* Менеджмент спорта и туризма. — М., 2001. — 342 с.
17. *Кабушкин Н. И.* Менеджмент туризма: Учеб. пособие. — Минск: Новое знание, 2001.
18. *Кабушкин Н. И., Бодаренко Г. А.* Менеджмент гостиниц и ресторанов: Учеб. пособие. — Минск: Новое знание, 2000.
19. *Квартальнов В. А.* Иностраный туризм. — М.: Финансы и статистика, 1999. — 312 с.
20. *Крачило Н. Л.* Географія туризму: Навч. посіб. — К.: Вища шк., 1987. — 208 с.
21. *Маркетинг туризму: Навч. посіб. — Ч. І.* / За ред. І. І. Тимошенка. — К.: Вид-во Європ. ун-ту. — 2006. — 324 с.
22. *Менеджмент туризма: Учебник* / Под ред. В. А. Квартальнова. — М.: Финансы и статистика, 1996. — 424 с.
23. *Сапрунова В. Б.* Туризм: Эволюция, структура, маркетинг. — М., 1989.

24. *Сенин В. С.* Организация международного туризма: Учебник. — М.: Финансы и статистика, 2000. — 400 с.
25. *Сенин В. С.* Введение в туризм. — М., 1993.
26. *Сокол Т. Г.* Організація туристичної діяльності в Україні: Навч. посіб. — К.: Музична Україна, 2002. — 256 с.
27. *Сокол Т. Г.* Основы туризмознавства: Навч. посіб. — К.: Ред Лайн, 1999. — 77 с.
28. *Туризм и гостиничное хозяйство* / Под ред. А. Д. Чудновского. — М., 2000.
29. *Уніфіковані технології готельних послуг*: Навч. посіб. / За ред. В. К. Федорченка. — К.: Вища шк., 2001. — 237 с.
30. *Федорченко В. К., Мініч І. М.* Туристський словник-довідник: Навч. посіб. — К.: Дніпро, 2000. — 160 с.

#### *Додаткова*

31. *Бутарова Н. В.* Менеджмент и маркетинг иностранного туризма: обслуживание зарубежных туристов в России: Учеб. пособие. — М.: Сов. спорт, 1999. — Ч. 1. — 112 с.
32. *Волков Ю. Ф.* Введение в гостиничный и туристический бизнес. — Ростов н/Д: Феникс, 2003. — 348 с.
33. *ВТО: Тенденции и методики развития мирового туризма: Практический курс.* — Мадрид: ВТО, 2003.
34. *Гейк Пол, Джексон Питер.* Вчись аналізувати ринок. Методика і практика. — Л.: Сейбр-Світло, 1995. — 270 с.
35. *Грин Роберт.* 48 законов власти. — М.: РИПОЛ КЛАССИК, 2005. — 576 с.
36. *Дайнин Ж.* Я познаю мир: Праздники и обычаи народов мира: Энциклопедия. — М.: Астрель "АСТ", 2000. — 352 с.
37. *Дахно І. І.* Міжнародна торгівля: Навч. посіб. — К.: МАУП, 2004. — 312 с.
38. *Дахно І. І., Кобрицький В. В., Куценко В. М. та ін.* Зовнішньоекономічна діяльність: Навч. посіб. — К.: ЦНЛ, 2006. — 360 с.
39. *Економічний словник-довідник* / За ред. С. В. Мочерного. — К.: Феміна, 1995. — 367 с.
40. *Ефремова М. В.* Основы технологии туристического бизнеса: Учеб. пособие. — М.: Ось-89, 1999. — 192 с.
41. *Квартальнов В. А., Сенин В. С.* Организация туристско-экскурсионного обслуживания. — М., 1987.

42. *Квартальнов В. А.* Туризм: Учебник. — М.: Финансы и статистика, 2000.
43. *Кобржицький В. В.* Чорнобильське віддзеркалення проблем управління // Сучасні проблеми розвитку економіки України: Матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. 20 трав. 2006 р. — К.: МАУП, 2007. — 340 с.
44. *Кобржицький В. В.* Сучасні проблеми корпоративного управління в Україні // Економіка та держава. — 2005. — № 11. — С. 15–17.
45. *Кузик С. П.* Закономірності територіальної організації туризму // Вісн. АН УРСР. — 1988. — № 7. — С. 78–83.
46. *Кузик С. П., Олесевич Д. Л.* Менеджмент туризму в регіоні // Регіональна економіка. — 1999. — № 1. — С. 103–108.
47. *Любіщева О. О.* Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). — К.: Альтерпрес, 2002. — 736 с.
48. *Мироненко Н. С., Твердохлебов Н. Т.* Рекреационная география. — М.: Изд-во МГУ, 1981. — 208 с.
49. *Міждержавний стандарт ДЕСТ 28681.2-95* “Туристично-екскурсійне обслуговування. Туристичні послуги. Загальні вимоги”. — К.: Держстандарт України, 1996. — С. 19
50. *Міждержавний стандарт ДЕСТ 28681.2-95* “Туристично-екскурсійне обслуговування: Проектування туристичних послуг”. — К.: Держстандарт України, 1996. — 19 с.
51. *Мойсеева Н. К.* Стратегическое управление туристической фирмой. — М.: Финансы и статистика, 2001. — 201 с.
52. *Патирян Г. А.* Международные экономические отношения: Экономика туризма. — М.: Финансы и статистика, 1998. — 208 с.
53. *Патирян Г. А.* Менеджмент в индустрии гостеприимства (отели и рестораны). — М.: ОАО “НПО “Изд-во “Экономика”, 2000. — 207 с.
54. *Планирование на предприятии туризма: Учеб. пособие для вузов / Под ред. Е. Н. Богданова.* — СПб.: Издат. дом “Бизнес-пресса”, 2003. — 288 с.
55. *Проблеми міжнародного туризму: 36 наук. статей.* — К.: Ін-т туризму, 1997. — 262 с.
56. *Соколова М. В.* История туризма. — М.: Мастерство, 2002. — 282 с.



57. *Стимулирование* международного туризма в XXI веке / Годфри Харрис и др. — М.: Финансы и статистика, 2000. — 237 с.
58. *Туристична діяльність: нормативна база* / Роїна О. М. — К.: КНТ, 2005. — 448 с.
59. *Устименко Л., Афанасьев І.* Історія туризму. — К.: Альтерпрес, 2005. — 102 с.
60. *Чернявський А. Д., Кобржицький В. В.* Корпоративне управління: Навч. посіб. — К.: МАУП, 2006. — 208 с.
61. *Шостак Л. Б.* Пріоритетні орієнтири економічного розвитку України // Сучасні проблеми розвитку економіки України. — К.: МАУП, 2007. — С. 182–187.
62. *Экономика современного туризма* / Под ред. Г. А. Карповой. — М.; СПб.: Торговый дом “Герда”, 1998. — 412 с.

МАУП

## **ЗМІСТ**

Пояснювальна записка.....	3
Тематичний план дисципліни “Міжнародний туризм” .....	4
Методичні вказівки для самостійного вивчення кожної теми.....	5
Критерії оцінювання знань студентів при підсумковому контролі.....	26
Список літератури.....	29

Відповідальний за випуск	<i>А. Д. Вегеренко</i>
Редактор	<i>Л. С. Тоболіч</i>
Комп’ютерне верстання	<i>Н. М. Музиченко</i>

Зам. № ВКЦ-3979

Формат 60×84/<sub>16</sub>. Папір офсетний.  
Друк ротатійний трафаретний. Наклад 50 пр.

Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП)  
03039 Київ-39, вул. Фрометівська, 2, МАУП

ДП «Видавничий дім «Персонал»  
03039 Київ-39, просп. Червонозоряний, 119, літ. XX

*Свідоцтво про внесення до Державного реєстру  
суб’єктів видавничої справи ДК № 3262 від 26.08.2008*