

МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



МАУП

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ
з дисципліни
“РИНОК ПОСЛУГ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ
ТА ТУРИЗМУ”
(для магістрів)**

Київ
ДП «Видавничий дім «Персонал»
2009

Підготовлено доктором філософії в галузі економіки професором кафедри менеджменту організації *В. В. Кобрицьким*

Затверджено на засіданні кафедри менеджменту організації УРІМБ ім. Б. Хмельницького Міжрегіональної Академії управління персоналом (протокол № 4 від 14.04.08)

Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом

Кобрицький В. В. Методичні рекомендації щодо забезпечення самостійної роботи студентів з дисципліни “Ринок послуг готельного бізнесу та туризму” (для магістрів). – К.: ДП «Вид. дім «Персонал», 2009. – 35 с.

Методичні рекомендації містять пояснювальну записку, тематичний план дисципліни “Ринок послуг готельного бізнесу та туризму”, методичні вказівки для самостійного вивчення кожної теми, контрольні питання, критерії оцінювання знань студентів, 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, умінь і навичок студентами та їх практичній реалізації, допомагає формуванню у студентів уміння вчитися, та водночас є високоефективним засобом опанування навчального матеріалу у вільний від обов'язкових навчальних занять час.

Метою самостійної роботи студентів є сприяння засвоєнню навчальної програми дисципліни “Ринок послуг готельного бізнесу та туризму” в повному обсязі, формування самостійності як особистісної риси та важливої професійної якості, сутність якої полягає в умінні планувати, організовувати, систематизовувати та контролювати власну перспективну і повсякденну діяльність.

Найважливішим завдання навчальної дисципліни є сприяння персоналу готельного бізнесу та туристичної галузі в організації діяльності та оперативній адаптації до змін, які постійно відбуваються у зовнішньому середовищі організації.

Мета вивчення дисципліни полягає:

- в оволодінні системою знань у сфері управління готельним бізнесом і туристичною діяльністю, засвоєнні основних понять і категорій ринку послуг готельного й туристичного бізнесу та розробці ефективного процесу обслуговування споживачів;
- у визначенні місця і ролі туристичного та готельного бізнесу в третинному секторі вітчизняної економіки;
- у визначенні основних принципів формування ринку готельних і туристичних послуг та ознайомленні з механізмом його регулювання;
- у закріпленні та систематизації здобутих знань, їх практичному застосуванні під час виконання творчих індивідуальних завдань і робіт, а також виявлення недоліків та упущень у системі знань з дисципліни “Ринок послуг готельного бізнесу та туризму”.

Предметом дисципліни “Ринок послуг готельного бізнесу та туризму” є існуючі ресурси та концепції розвитку світового ринку туристичних і готельних послуг, міжнародне регулювання та здійснення процесу надання готельних і туристичних послуг і динамічного управління ними.

Зміст самостійної роботи студента визначається навчальною програмою дисципліни, методичними матеріалами, завданнями викладача.

Самостійна робота студента забезпечується системою навчально-методичних засобів, передбачених для вивчення навчальної дисципліни “Ринок послуг готельного бізнесу та туризму”, — підручниками, навчальними та методичними посібниками, методичними матеріалами для самостійної роботи студентів, конспектом лекцій тощо.

Після засвоєння навчальної дисципліни студент *повинен знати*:

- основні принципи організації та управління готельним бізнесом і туристичною діяльністю;
- класифікацію та сегментацію ринку туристичних і готельних послуг;
- індустрію та організацію туризму і готельних послуг різних регіонів;
- функції, принципи та методи управління туристичним і готельним бізнесом;
- порядок створення закладів послуг і технологію процесів обслуговування клієнтів фірми;
- умови формування і тенденції розвитку ринку туристичних і готельних послуг в Україні.

Також студент *повинен уміти*:

- вільно орієнтуватися в нормативно-правовій базі туризму та готельного господарства;
- аналізувати стан і організацію туристичного та готельного бізнесу в різних регіонах і сучасні туристичні потоки;
- оцінювати роль і місце туризму в розвитку економіки країни чи регіону;
- приймати ефективні управлінські рішення щодо розробки сучасних туристичних маршрутів;
- розраховувати туристичні потреби населення та країни;
- формувати індустрію гостинності й туризму.

Самостійна робота студентів з навчальної дисципліни організується 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 та кількість балів, які можна отримати за виконання завдань, визначаються викладачем кафедри при розробленні робочої навчальної програми дисципліни (розділу “Самостійна робота студентів”).

Студенти, які розпочинають вивчати дисципліну “Ринок послуг готельного бізнесу та туризму”, повинні бути поінформовані викладачем щодо організації самостійної роботи, її форм та видів, термінів виконання, форм контролю та звітності, кількості балів за виконання завдань тощо.

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

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

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН
дисципліни
“РИНОК ПОСЛУГ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ ТА ТУРИЗМУ”

№ пор.	Назва змістового модуля і теми
1	Змістовий модуль I. Теоретичні основи вивчення туризму та гостинності Туризм і готельний бізнес як об'єкти вивчення
2	Методи вивчення і статистика міжнародного туризму та готельного бізнесу
3	Географія попиту на туристичний і готельний продукти, їх соціально-економічне значення
4	Змістовий модуль II. Світові туристичні потоки Туристично-рекреаційні та готельні потреби, їх вплив на формування основних туристичних потоків. Туристичні пропозиції
5	Структура туристичного та готельного ринку. Основні сегменти туристичної індустрії
6	Розробка маршрутів і формування турів. Технологія обслуговування клієнтів
7	Транспортне та екскурсійне обслуговування туристів і клієнтів готелів
8	Технологія індустрії туризму і розміщення гостей
9	Змістовий модуль III. Сучасна глобалізація економіки та управління туристичним і готельним бізнесом Глобалізація туризму як важливий чинник глобалізації світової економіки. Ліцензування, сертифікація, стандартизація та звітність у туристичному і готельному бізнесі
10	Договірні відносини в туристичному та готельному бізнесі. Вектори перспективного розвитку світових ринків туристичного та готельного бізнесу. Україна і туризм у XXI ст.
Разом годин: 108	

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ВИВЧЕННЯ КОЖНОЇ ТЕМИ

Змістовий модуль І. Теоретичні основи вивчення туризму та гостинності

Тема 1. Туризм і готельний бізнес як об'єкти вивчення

Поняття туризму й гостинності. Туристичні та готельні послуги. Структура предмета і його зв'язок з іншими навчальними дисциплінами. Поняття готельного і туристичного бізнесу: класифікація гостинності й туризму за видами і формами. Чинники розвитку гостинності туризму.

Теми рефератів

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Туризм як соціально-культурне явище.
3. Стан розвитку туризму в західноєвропейських країнах.
4. Історія розвитку туризму на теренах України.
5. Актуальні проблеми розвитку готельного бізнесу в Україні.
6. Актуальні проблеми управління туристичними підприємствами в Україні.
7. Особливості туристичного і готельного бізнесу як об'єктів управління.
8. Суспільне значення туристичної галузі для поліпшення ситуації на ринку послуг.
9. Законодавче регулювання готельного бізнесу в Україні.
10. Правове забезпечення туризму в Україні.

Контрольні питання та навчальні завдання

1. Сутність поняття “туристичні послуги”.
2. Сутність поняття “готельні послуги”.
3. Сутність поняття “туристичний продукт”.
4. Сучасний комплекс готельних послуг.
5. Основні форми туризму.
6. Місце міжнародного туризму в сучасній світовій економіці.
7. Туристська пропозиція.
8. Типологія туристів.
9. Основні та супутні туристичні послуги.
10. Основні та супутні готельні послуги.

Тести для самоконтролю

1. Під туризмом слід розуміти:

- а) можливість задоволення духовних потреб та інших прав людини при переїзді з місця постійного до місця тимчасового проживання;
- б) тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування;
- в) спеціальну форму переміщення осіб із місця їх постійного проживання на короткий термін;
- г) подорож особи до іншої місцевості чи населеного пункту на термін, що перевищує 24 години.

2. Готелем називається:

- а) підприємство, що надає спеціальні послуги подорожнім;
- б) суб'єкт підприємницької діяльності, що виробляє та реалізує послуги із розміщення осіб;
- в) місце тимчасового проживання людей, які з різних причин опинились не в пункті свого постійного проживання;
- г) підприємство, що надає специфічні послуги з розміщення, харчування та ін. за відповідну плату особам, які потребують їх у певний момент відповідно до їх життєвих обставин.

3. Туристичний продукт — це:

- а) попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізуються або пропонуються для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, розміщення та інші туристичні послуги (організація відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо);
- б) використання наявних ресурсів для організації якісного відпочинку громадян за попередньо встановленою ціною на подібні послуги;
- в) комплекс туристичних послуг;
- г) пропонуваній для реалізації на ринку комплекс туристичних і суміжних послуг у кількості не менше трьох за попередньо встановленою ціною.

4. Сучасний розвиток готельної інфраструктури в Україні:

- а) можна вважати цілком задовільним;

- б) можна вважати досить непоганим попри наявні деякі незначні недоліки організації та недостатньої інноваційної діяльності суб'єктів підприємницької діяльності;
- в) недостатній та потребує інтенсивного планомірного розвитку;
- г) незадовільний.

5. Законодавчими актами, що регулюють діяльність підприємств туристичної галузі, є:

- а) Закони України, Постанови Кабінету Міністрів, накази профільних міністерств та відомств;
- б) Закон України “Про господарські товариства”, Господарський кодекс України, Митний кодекс України, Закон України “Про підприємства”, Закон України “Про підприємництво в Україні”, Закон України “Про туризм” та ін.;
- в) Закон України “Про Кабінет Міністрів України”, Закон України “Про туризм”; Закон України “Про господарські товариства”, Господарський кодекс України, Митний кодекс України та ін.;
- г) Закон України “Про власність”, Закон України “Про підприємництво”, Закон України “Про підприємства в Україні”, Закон України “Про внесення змін до закону України “Про туризм”, Закон України “Про господарські товариства”, Господарський кодекс України, Митний кодекс України та ін.

Література [1; 3; 8; 18; 19; 23; 25; 28–30; 36; 37; 51; 53; 57]

Тема 2. Методи вивчення і статистика міжнародного туризму та готельного бізнесу

Соціальна сфера як зовнішнє середовище туризму і гостинності. Вплив політики на розвиток туризму.

Системний підхід у вивченні гостинності й туризму. Економічні функції туризму.

Екологія і туризм. Технології, що забезпечують розвиток туризму.

Туристичний регіон. Система туристичного регіону. Сфера діяльності туристичного регіону.

Туристичні підприємства. Класифікація туристичних підприємств. Ознаки відмінності туристичних підприємств. Поняття структур управління туризмом, формальні й неформальні організації туризму.

Статистика туристських потоків. Туристські прибуття та вибуття. Статистичний облік у туризмі та готельному господарстві, основні напрями його вдосконалення.

Теми рефератів

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Специфіка процесів інтернаціоналізації та глобалізації третинного сектору економіки.
3. Міжнародний туризм як чинник глобалізації світової економіки.
4. Інтернаціоналізація сучасного туристичного та готельного бізнесу.
5. Рухійні сили економічної глобалізації.
6. Взаємовплив розвитку світового ринку послуг та світового готельного бізнесу.
7. Вплив загострення конкурентної боротьби у сфері туризму на розвиток готельного господарства.
8. Сучасні структури управління туризмом на глобальному та національному рівнях.
9. Світові тенденції у формуванні міжнародних готельних мереж.
10. Сучасний туристичний регіон.

Контрольні питання та навчальні завдання

1. Основні причини процесів глобалізації світової економіки.
2. Основні проблеми, що стоять перед підприємствами готельного бізнесу й туризму у зв'язку з поглибленням глобалізації.
3. Вплив регіональних та глобальних об'єднувачих процесів на розвиток міжнародного туризму.
4. Залежність рівня конкуренції в туристичній галузі від рівня економічного розвитку країни.
5. Спільні та відмінні риси інтернаціоналізації та глобалізації світового ринку готельних послуг.
6. Глобалізація маркетингових комунікацій у готельному й туристичному бізнесі.
7. Особливості сучасних конкурентних переваг міжнародних і регіональних туроператорів.
8. Вплив розвитку сучасних засобів зв'язку на еволюцію міжнародного туризму.
9. Особливості міжнародної конкуренції в сучасних умовах розвитку ринку готельних послуг.
10. Вплив стану розвитку ринку готельних послуг на характер конкуренції в галузі.

Тести для самоконтролю

1. Кілька готелів, що належать одному власнику і розташовані в межах однієї країни, становлять:

- а) міжнародну готельну мережу;
- б) готельну мережу національного рівня;
- в) готельну мережу регіонального рівня;
- г) правильної відповіді немає.

2. Загострення конкурентної боротьби на ринку готельних послуг:

- а) має вирішальний вплив на розвиток міжнародного туризму;
- б) не має істотного впливу на розвиток туристичного бізнесу;
- в) негативно впливає на туристичний бізнес;
- г) позитивно впливає на туристичний бізнес.

3. На формування конкурентних переваг туристичних агенцій певної країни у глобальному масштабі впливають такі чинники:

- а) політична стабільність, прозорість державної влади, багатопартійність, захист прав людини, гармонізація національного законодавства з міжнародними правовими нормами;
- б) діяльність вітчизняних підприємств та організацій на міжнародних ринках, конфесійна та національна толерантність, захист прав людини;
- в) рекламна діяльність вітчизняних виробників, політична та економічна стабільність у державі, багатопартійність та структурованість представницьких органів влади;
- г) низький рівень корупції, політична стабільність, прозорість владних структур, ефективна діяльність вітчизняних маркетологів, гармонізація законодавства з міжнародними правовими нормами.

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

- а) 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;
- б) глобалізація фінансів, третинного сектору економіки, управлінських функцій та проблем довкілля;

- в) відповіді “а” та “б” правильні;
- г) правильних відповідей немає.

5. Конкурентні переваги країни мають забезпечувати національну безпеку та відповідати національним інтересам на таких рівнях:

- а) основних інтересів — створення умов для набуття та збереження стратегічної стійкості країни;
- б) внутрішніх інтересів — забезпечення процесів формування і розвитку країни;
- в) зовнішніх інтересів — забезпечення розвитку країни як суб'єкта світового господарства;
- г) усі відповіді правильні.

Література [13; 14; 18; 19; 26; 30; 38; 39; 42; 48]

Тема 3. Географія попиту на туристичний і готельний продукти, їх соціально-економічне значення

Географія відпочинкового туризму. Провідні світові регіони прийому відпочиваючих. Основні напрями паломницького (релігійного) туризму. Географія сучасного ділового та наукового туризму. Основні світові курорти лікувально-оздоровчого туризму. Розвиток сучасного пізнавального туризму. Екскурсійна діяльність. Зелений туризм. Сезонні вектори туристичних потоків. Спільні та відмінні риси готельного забезпечення літнього та зимового туристичних потоків.

Теми рефератів

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Поєднання різних методів управління готельним і туристичним бізнесом — запорука його успіху.
3. Еволюція паломницького туризму.
4. Найважливіші світові гірськолижні курорти.
5. Сучасні готелі як важлива ознака туристського регіону.
6. Використання переваг оригінальності та національної особливості в досягненні найліпших результатів готельними комплексами.
7. Взаємозалежність стану охорони довкілля та розвитку готельної й туристичної галузі країни, регіону.
8. Екскурсійна діяльність в різних регіонах світу.
9. Сучасні тенденції розвитку управління в готельних мережах.
10. Сучасні глобальні та регіональні сезонні туристські потоки.

Контрольні питання та навчальні завдання

1. Визначити найхарактерніші риси сучасного стану міжнародного туризму.
2. Регіональні чинники впливу на міжнародний туризм і готельне господарство.
3. Глобальні чинники впливу на міжнародний туризм і готельний бізнес.
4. Зимовий туризм.
5. Відпочинковий туризм.
6. Роль, місце та види готелів, розташованих у туристичних центрах.
7. Організація та планування сучасної готельної справи.
8. Діловий туризм.
9. Соціальний та культурний вплив зовнішнього оточення на розвиток готельного господарства на світових ринках.
10. Основні тенденції розвитку зеленого туризму у світі.

Тести для самоконтролю

1. Сучасний світовий ринок туристичних і готельних послуг характеризується тим, що конкурують між собою:

- а) галузі;
- б) підприємства;
- в) держави;
- г) інвестори.

2. До головних світових туристичних центрів належать:

- а) Австралія та Нова Зеландія;
- б) країни Південної Америки;
- в) країни Центральної Азії;
- г) країни Західної Європи.

3. Подорож за кордон для участі в науково-практичній конференції може бути віднесена до:

- а) наукового туризму;
- б) ділового туризму;
- в) ділового відрядження;
- г) відпочинку.

4. Значні досягнення певної національної туристичної фірми в сучасних умовах господарювання зумовлюються:

- а) характером попиту на її туристичні продукти та розвитком суміжних галузей економіки;

- б) наявністю та структурою виробничих ресурсів, стратегією фірми на національному ринку та рівнем менеджменту;
- в) відповіді “а” та “б” правильні;
- г) правильної відповіді немає.

5. Рівень стандартних та ексклюзивних видів послуг, що надаються в готелях для іноземних і вітчизняних туристів:

- а) може легко регулюватися за бажанням клієнта;
- б) є зазвичай стабільним і незмінним впродовж низки років;
- в) залежить від категорії (зірковості) конкретного готелю;
- г) значною мірою залежить від рівня розвитку національної економіки, категорії готелів, національних норм і традицій та рівня менеджменту.

Література [1; 3; 6; 8; 10; 15; 22; 28; 30; 40; 42–45; 51; 56; 59]

Змістовий модуль II. Світові туристичні потоки

Тема 4. Туристично-рекреаційні та готельні потреби, їх вплив на формування основних туристичних потоків. Туристичні пропозиції

Обсяги та структура туристично-рекреаційних потреб. Сучасні підходи до вивчення потреб туристів.

Світові туристичні донори та акцептори. Географічні особливості регіонів приймання та відправки туристів та їх вплив на розвиток готельного господарства відповідних країні регіонів. Сучасні тенденції географії міжнародних туристичних потоків.

Турпродукт і чинники його виробництва. Сутність туристичної пропозиції. Особливості туристичної пропозиції в різних сегментах ринку.

Типи туристів. Особливості гостинності туризму як об'єкта управління.

Організаційні схеми управління туристичними і готельними підприємствами.

Теми рефератів

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Туристично-рекреаційні потреби сучасної людини.
3. Сучасні підходи до вивчення туристично-рекреаційних потреб.
4. Ексклюзивність послуг сучасних об'єктів готельного бізнесу — запорука їх комерційного успіху.

5. Причини та основні тенденції нерівномірності розподілу світових туристичних потоків.
6. Вплив наявності компліментарних послуг на підвищення статусу готельного комплексу в місцях масового відпочинку.
7. Зростання світових туристичних потоків як індикатор глобалізації міжнародного туризму.
8. Сучасний туристичний продукт.
9. Міжнародна стандартизація готельного бізнесу.
10. Туристична пропозиція в різних сегментах туристичного ринку.

Контрольні питання та навчальні завдання

1. Причини вибору форми відпочинку.
2. Рушійні сили міжнародного туризму, їх вплив на організацію туристичного бізнесу.
3. Основні підходи до вивчення світових туристичних потоків.
4. Чинники впливу на здійснення вибору туристичного маршруту.
5. Найбільш поширені напрями руху сучасних туристів.
6. Основні країни-донори туристів.
7. Головні країни та регіони, що приймають міжнародні туристичні потоки.
8. Чинники створення туристичного продукту.
9. Географія міжнародного туризму.
10. Сутність турпропозиції.

Тести для самоперевірки

1. Туристичним продуктом є:

- а) основний сервіс, що надається туристичним агентом;
- б) одночасне поєднання не менше двох туристичних пропозицій разом;
- в) сервіс, що надається туристу фірмою-туроператором;
- г) попередньо обумовлена програма туристичної подорожі.

2. Наявність або відсутність ринкового попиту на готельні послуги в регіоні:

- а) не має жодного впливу на кількість готелів;
- б) має помітний вплив на реєстрацію нових підприємств галузі;
- в) впливає на розвиток ресторанного бізнесу;
- г) має вирішальний вплив на кількість підприємств галузі.

3. Світові країни-донори туристів:

- а) відправляють за кордон більше своїх громадян, ніж приймають зарубіжних гостей;

б) більше приймають іноземних туристів, ніж відправляють за кордон своїх співгромадян.

4. Серед вітчизняних підприємств туристичного та готельного бізнесу найчастіше зустрічаються:

- а) суб'єкти підприємницької діяльності — фізичні особи в якості турагентів;
- б) акціонерні товариства в якості туроператорів;
- в) товариства з обмеженою відповідальністю в якості туроператорів і турагентів;
- г) правильної відповіді немає.

5. Географія сучасної туристичної діяльності:

- а) є практично незмінною впродовж останніх 50 років;
- б) швидко змінюється під впливом непередбачуваних змін смаків клієнтів;
- в) змінюється планомірно згідно із планами Світової туристичної організації;
- г) змінюється незначно (старі туристичні центри залишаються та поступово з'являються нові).

Література [1; 2; 5; 6; 8; 16; 17; 21; 22; 26; 30; 31; 33; 41; 43; 50; 55; 57; 59]

Тема 5. Структура туристичного та готельного ринку. Основні сегменти туристичної індустрії

Форми ринкових структур у туристичній діяльності.

Концентрація виробництва туристичних і готельних послуг. Туроператори. Конкуренція в туризмі та готельному бізнесі.

Поняття про готельні та туристичні комплекси. Чинники, що визначають розвиток готельного та туристичного комплексів. Вплив глобальних і регіональних чинників на еволюцію управління сучасними готелями та готельними комплексами.

Готельні мережі національного, регіонального та світового значення. Особливості та проблеми готельних комплексів в Україні.

Страховання готельного і туристичного бізнесу.

Теми рефератів

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Правила ліцензування підприємств туристичного бізнесу.
3. Ліцензування підприємств готельного бізнесу.
4. Сертифікація готелів.

5. Суспільне значення процесу сертифікації послуг.
6. Страхування туристично-посередницької фірми (турагента).
7. Особливості страхування туроператора.
8. Сучасний підхід до оцінки майнових ризиків та їх страхування для виробника туристичного продукту (туроператора).
9. Страхування в готельному бізнесі.
10. Сучасні напрями розвитку страхового бізнесу в Україні.

Контрольні питання та навчальні завдання

1. Визначити поняття “туристична послуга”, “туристичний продукт”.
2. Визначити поняття “туроператор”
3. Визначити поняття “турагент”.
4. Визначити поняття “засіб розміщення”.
5. Пояснити залежність вартості засобів розміщення від їх форм і видів.
6. Показати співвідношення зміни вартості готельних комплексів від їх типів.
7. Порядок сертифікації готельних послуг.
8. Туристичний ваучер.
9. Сучасна практика сертифікації готельних послуг в економічно розвинених країнах.
10. Вплив показника забезпеченості готелями у країні (регіоні) на їх сертифікацію.

Тести для самоперевірки

1. Правила ліцензування готельного та туристичної фірми:

- а) різні;
- б) однакові.

2. Нормативні документи щодо сертифікації готельних послуг розробляються:

- а) мерією міста або сільрадою;
- б) парламентом держави;
- в) Конституційним судом;
- г) профільним міністерством.

3. Для здійснення туристичної подорожі турист повинен отримати в турфірмі:

- а) туристичний ваучер і страховий поліс;
- б) копію ліцензії підприємства на право здійснення підприємницької діяльності в галузі туризму;

- в) паспорт з візою;
- г) копію договору на туристичне обслуговування.

4. Для отримання ліцензії на право здійснення туроператорської діяльності в Україні необхідно надати:

- а) банківську гарантію на 2 тис. євро;
- б) банківську гарантію на 5 тис. євро;
- в) банківську гарантію на 20 тис. євро;
- г) банківську гарантію на 10 тис. доларів.

5. Страхування туристів, які виїжджають за рубіж:

- а) можна здійснювати відповідно до їх бажання;
- б) є доцільним;
- в) може бути необхідним у деяких випадках (підвищена ймовірність травматизму тощо);
- г) є обов'язковим.

Література [1; 4; 7; 9; 11; 14; 29; 34; 46; 48; 49]

Тема 6. Розробка маршрутів і формування турів. Технологія обслуговування клієнтів фірми

Особливості туристичних послуг. Технологія процесів у сфері туризму. Класифікація туристичних маршрутів. Етапи розробки туристичного маршруту. Порядок формування і реалізації турів. Взаємовідносини клієнта з туристичною фірмою. Технологія доставки турпродукту до споживача.

Зміст процесу обслуговування і продажу готельного та туристичного продукту. Методи продажу.

Документальне оформлення взаємовідносин фірми з клієнтом. Угода (контракт) на туристичне обслуговування. Організація розрахунків з клієнтами.

Технологія просування і стимулювання продажу. Інформаційні технології в туризмі. Соціально-психологічні особливості туристичного та готельного бізнесу.

Теми рефератів

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Технології послуг туристичного бізнесу.
3. Технології готельного сервісу.
4. Інформаційне забезпечення бізнесу в галузі готельного господарства та туризму.
5. Сучасний підхід до визначення перспективності турів.

6. Застосування інструментів бухгалтерського обліку для оцінки ефективності готельного бізнесу.
7. Сучасні підходи до організації продажу туристичних продуктів.
8. Договір на туристичне обслуговування.
9. Туристичний ваучер.
10. Сучасні міжнародні системи бронювання готелів і авіаквитків.

Контрольні питання та навчальні завдання

1. Етапи розробки туристичного маршруту.
2. Порядок реалізації турів.
3. Порядок оформлення туристичного ваучера.
4. Порядок оформлення страхового поліса.
5. Міжнародні стандарти якості готельних і туристичних послуг.
6. Міжнародні сертифікати якості готельних послуг.
7. Сутність і методи реалізації продуктів туристичного та готельного бізнесу.
8. Критерії якості обслуговування туристів.
9. Розрахунки з клієнтами готелів і турфірм.
10. Сучасні інформаційні технології туристичних фірм та об'єктів готельного комплексу.

Тести для самоконтролю

1. **Стандарти якості туристичних і готельних послуг на міжнародному рівні:**
 - а) застосовуються в усьому світі;
 - б) існують, але застосовуються не у всіх країнах;
 - в) не існують;
 - г) правильної відповіді немає.
2. **Для продажу послуг, що виробляються підприємствами туристичного та готельного бізнесу:**
 - а) працюють міжнародні фахівці, які мають відповідні сертифікати;
 - б) використовуються усі вільні співробітники підприємства;
 - в) працюють кваліфіковані посередники;
 - г) використовуються як власні фахівці, так і посередники.
3. **Використання засобів логістики до управління туристичним і готельним підприємствами:**
 - а) посилює таке управління;
 - б) послаблює управління;
 - в) може його посилити за умови системного тривалого використання;
 - г) не впливає на управління.

4. Турагенти зазвичай продають турпродукти, які створюються тураператорами:

- а) за самостійно встановленою ціною;
- б) за ціною, узгодженою з виробником;
- в) за ціною виробника з утриманням комісійної винагороди.

5. Інформація про ціну та оплату туристичних послуг:

- а) міститься у страховому полісі;
- б) записується до угоди про туристичне обслуговування;
- в) підтверджується чеком касового апарата;
- г) записується до туристичного ваучера.

Література [1; 2; 7; 10–12; 15; 16; 41; 46; 50; 52; 59]

Тема 7. Транспортне та екскурсійне обслуговування туристів і клієнтів готелів

Система транспортного обслуговування туристів і мешканців готелів. Класифікація подорожей і транспортних засобів.

Техніко-економічні показники роботи рухомого складу: склад і ступінь використання наявного парку машин, пробіг рухомого складу і швидкість руху, місткість і провізна здатність, продуктивність і приведені витрати. Нові види екологічно чистих транспортних засобів.

Специфіка організації транспортних подорожей на міжнародних маршрутах.

Класифікація екскурсій. Технологія підготовки і проведення екскурсій. Класифікація походів і подорожей самодіяльними і туристичними маршрутами. Організація похідного і спортивного туризму.

Теми рефератів

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Сучасний стан транспортного забезпечення міжнародного туризму
3. Дослідження основних показників оцінки транспортного обслуговування мешканців готелів.
4. Міжнародне регулярне транспортне сполучення.
5. Міжнародні чартерні перевезення.
6. Екскурсійне обслуговування шкільної та студентської молоді.
7. Сучасні методи дослідження стану транспортних перевезень.
8. Визначення привабливості туристичного маршруту.
9. Екскурсійне планування в туристичному бізнесі.

10. Проблеми перебудови екскурсійного обслуговування.

Контрольні питання та навчальні завдання

1. Пошук і започаткування міжнародних зв'язків туристичної фірми у сфері транспортного обслуговування.
2. Сутність екскурсійної стратегії туристичного підприємства.
3. Прийняття та контроль виконання управлінських рішень з організації міжнародних перевезень туристів.
4. Стимулювання прийняття та реалізації конкурентоспроможних управлінських рішень у туризмі.
5. Підготовка екскурсій.
6. Методики проведення екскурсій.
7. Вплив наявності власного транспорту на розвиток перспективних напрямів туристичного бізнесу.
8. Аналіз фінансового стану підприємства.
9. Вплив якості рухомого складу на сервіс, що надається туристу в дорозі.
10. Самодіяльний туризм.

Тести для самоконтролю

1. Обслуговування школярів і студентів на туристичних маршрутах:

- а) здійснюється згідно з розрядкою міської (обласної) туристичної адміністрації;
- б) здійснюється добровільно на комерційних засадах;
- в) відбувається добровільно на добровільних засадах;
- г) не здійснюється в організованому порядку.

2. Туристичний маршрут — це:

- а) маршрут, яким пересувається транспорт з туристами;
- б) шлях проходження туристів між населеними пунктами;
- в) туристська подорож, під час якої туристи знайомляться з певними визначними місцями;
- г) шлях проходження, визначений туристичним попитом, пропозицією, програмою перебування чи взаємною домовленістю турфірми та клієнта.

3. Екскурсійною діяльністю може займатися:

- а) людина, яка має спеціальний індивідуальний дозвіл;
- б) тільки туристична агенція відповідно до наявної ліцензії;
- в) тільки фірма — туроператор;
- г) турфірма чи приватний підприємець за наявності ліцензії.

4. При перетині кордонів для туристичного транспорту:

- а) створюється спеціальний зелений коридор;
- б) немає жодних пілъг;
- в) існує спеціальне “вікно”, якщо транспорт рухається згідно із затвердженим та узгодженим з керівництвом пункту пропуску графіком;
- г) правильної відповіді немає.

5. Для транспортного обслуговування туристів використовують:

- а) будь-який вид транспорту;
- б) лише новий комфортабельний транспорт;
- в) спеціальний туристичний транспорт;
- г) усі види транспорту, призначеного для перевезення пасажирів і багажу.

Література [5–7; 9; 10; 11; 14–16; 19; 20; 33; 38; 45; 46; 50]

Тема 8. Технологія індустрії туризму і розміщення гостей

Підприємства, які надають послуги щодо розміщення. Підприємства харчування. Фірми, які займаються транспортним обслуговуванням. Рекламно-інформаційні підрозділи. Підприємства торгівлі. Підприємства сфери дозвілля. Заклади самодіяльного туризму.

Органи управління туризмом. Навчальні, наукові та проектні заклади туризму.

Теми рефератів

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Розробка філософської концепції підприємства готельного бізнесу.
3. Організаційно-методична база готельного бізнесу.
4. Сучасні технології розміщення гостей.
5. Соціальний аналіз туризму.
6. Економічна оцінка ролі суміжників для туристичного бізнесу.
7. Підприємства торгівлі у сприянні готельному і туристичному бізнесу.
8. Рекламно-інформаційна діяльність турфірм та готельних комплексів.
9. Самодіяльний туризм в Україні.
10. Комплексні готельно-туристичні послуги та маркетинг.

Контрольні питання та навчальні завдання

1. Конкурентоспроможність туристичної галузі країни.
2. Завдання та функції органів управління туризмом.
3. Всесвітня туристична організація (ВТО).
4. Основні засоби розповсюдження реклами в туризмі.
5. Основні партнери-транспортники для готелів і турфірм.
6. Сучасні критерії визначення необхідних основних та супутніх послуг у туристичному та готельному бізнесі.
7. Значення маркетингового дослідження для створення правильної бази даних щодо партнерів-суміжників.
8. Концептуальні підходи щодо професійної підготовки у провідних державах-акцепторах світового туризму.
9. Специфічні риси співпраці туристичного та рекламного бізнесу.
10. Організація спеціальної освіти для готельного бізнесу.

Тести для самоконтролю

1. Сучасна індустрія гостинності охоплює:

- а) підприємства готельного, туристичного, ресторанного, транспортного бізнесу;
- б) готельну, рекреаційну та ресторанну справу, туристичний, конгресний і транспортний бізнес, комерційні шоу та гральний бізнес;
- в) готелі, ресторани, сауни й басейни, театр і естраду;
- г) правильної відповіді немає.

2. Реалізація проекту розширення готельно-туристичного комплексу:

- а) має велике значення для інвесторів;
- б) здійснює вплив на рівень зайнятості населення;
- в) створює умови для припливу туристів та розвитку суміжних галузей;
- г) усі три відповіді правильні.

3. Для отримання туристичної ліцензії керівник підприємства чи його заступник повинні мати:

- а) спеціальну туристичну освіту або стаж практичної роботи в галузі не менше 3 років;
- б) вищу освіту;
- в) обов'язкову спеціальну вищу туристичну освіту;
- г) стаж роботи в туризмі не менше п'яти років.

4. Фахівців готельного господарства та туризму в Україні готують:

- а) у вищих учбових закладах;
- б) у професійно-технічних училищах і ліцеях;
- в) у вищих і середніх спеціальних навчальних закладах;
- г) у технікумах і коледжах.

5. Замкнений готельний цикл обслуговування клієнтів складається із таких етапів:

- а) резервування та реєстрації гостя;
- б) попередньої оплати, розміщення та надання й інших додаткових готельних послуг;
- в) приймання гостя та організації його виїзду;
- г) усі три відповіді правильні.

Література [2; 12; 14; 19; 27; 39; 40; 49; 54; 56]

Змістовий модуль III. Сучасна глобалізація економіки та управління туристичним і готельним бізнесом

Тема 9. Глобалізація туризму як важливий чинник глобалізації світової економіки. Ліцензування, сертифікація, стандартизація та звітність у туристичному і готельному бізнесі

Всесвітній характер туристичних і готельних послуг. Транснаціональні корпорації у готельному й туристичному бізнесі. Їх вплив на національні економіки країн з розвиненими туризмом і готельним господарством.

Провідні міжнародні організації галузевого характеру. Рух і професійний розвиток персоналу. Плинність кадрів. Підготовка, перепідготовка, підвищення кваліфікації персоналу провідних міжнародних туристичних компаній та готельних мереж.

Теми рефератів

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Культура управлінської праці.
3. Процес управлінської праці в готелі та туристичній фірмі.
4. Принципи організації управлінської праці.
5. Основні чинники світової глобалізації.
6. Провідні міжнародні організації з туризму та готельного бізнесу.
7. ТНК у міжнародному туризмі.

8. ТНК у готельному бізнесі.
9. Бізнес-план проекту розвитку готельного бізнесу та туризму.
10. Сучасний стан конкуренції в готельному бізнесі.

Контрольні питання та навчальні завдання

1. Світова економічна глобалізація.
2. Туризм як провідний чинник світової глобалізації.
3. Роль готельного бізнесу в глобалізації третинного сектору економіки.
4. Міжнародні компанії та ТНК.
5. Методи та стилі прийняття управлінських рішень у сучасному бізнесі.
6. Процес прийняття управлінських рішень у туризмі.
7. Механізація праці у сфері готельного бізнесу.
8. Інформаційні джерела підтримки праці менеджера туристичної фірми.
9. Сучасні джерела прискорення виконання замовлень і бронювань готельних послуг.
10. Підвищення кваліфікації персоналу готельного господарства.

Тести для самоконтролю

1. Сучасні готельні мережі характеризуються:

- а) наявністю кількох готелів однакового зіркового рівня в певній країні;
- б) наявністю низки готелів певних категорій, що надають аналогічні послуги у різних країнах;
- в) тим, що усі готелі мають однакову кількість “зірок”, незалежно від країни їх розташування;
- г) тим, що вони надають однаковий рівень послуг у межах кожної країни.

2. Для створення команди, що ефективно працюватиме на виконання поставлених цілей фірми-туроператора:

- а) слід добирати фахівців за рекомендаціями;
- б) немає принципового значення;
- в) слід добирати талановиту молодь;
- г) доцільно використати допомогу практичного психолога.

3. Власний веб-сайт сучасної готельної мережі — це її візитна картка, перед створенням якої необхідно:

- а) виробити чітку маркетингову концепцію самого підприємства, звірити плани його розвитку на найближчі п'ять років, визначити пріоритети, знайти хороших розробників веб-сайта;

- б) знайти кваліфікованих майстрів із створення цього продукту;
- в) забезпечити наступне регулярне оновлення сайту силами працівників своєї фірми або кваліфікованими фахівцями фірми-провайдера;
- г) правильної відповіді немає.

4. Добір персоналу для міжнародних туристичних і готельних підприємств може здійснюватися:

- а) кадровим агентством;
- б) працівниками кадрової служби самого підприємства;
- в) обидві відповіді правильні;
- г) правильної відповіді немає.

5. Для отримання персоналу вищої кваліфікації на підприємствах готельного бізнесу здійснюють його:

- а) підготовку;
- б) перепідготовку;
- в) підвищення кваліфікації;
- г) усі три відповіді правильні.

Література [9; 13; 14; 17; 26; 27; 33; 47; 53; 58]

Тема 10. Договірні відносини в туристичному та готельному бізнесі. Вектори перспективного розвитку світових ринків туристичного та готельного бізнесу. Україна і туризм у XXI ст.

Міжнародні контракти щодо надання послуг. Регулювання ГАТС.

Пошук міжнародного партнера в туристичному бізнесі. Міжнародні ярмарки та виставки. Інтернет. Міжнародні довідники на паперових та електронних носіях.

Роль інфраструктури туризму в його регіональному розвитку. Сучасні тенденції розвитку готельного господарства: укрупнення готелів та готельних мереж і зростання кількості дрібних приватних закладів гостинності.

Перспективи розвитку вітчизняного туристичного бізнесу. Концепція розвитку туризму та курортів в Україні у XXI ст. Проблеми підготовки готельного господарства до Євро 2012.

Теми рефератів

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. ГАТС як складова сучасної СОТ.
3. Міжнародні типові контракти ЗЕД.

4. Роль контракту на готельне обслуговування в діяльності закордонного туроператора.
5. Міжнародні ярмарки та виставки.
6. Вплив туристичної інфраструктури на регіональний розвиток цього виду послуг.
7. Місце України у міжнародному туристичному процесі.
8. Місце та роль дрібних підприємств у готельному бізнесі.
9. Сучасний стан конкуренції в готельному бізнесі.
10. Сучасні готельні мережі.

Контрольні питання та навчальні завдання

1. Укладання контракту ЗЕД.
2. Специфіка виконання міжнародного контракту щодо надання туристичних послуг.
3. Провідні міжнародні виставки з туризму та готельного господарства.
4. Курортна інфраструктура.
5. Сучасні джерела туристичної інформації.
6. Використання Інтернет у туризмі.
7. Ресурси Інтернет у сфері готельного бізнесу.
8. Міжнародні інформаційні джерела підтримки праці менеджера туристичної фірми чи готелю.
9. Місце приватного сектору житла в наданні послуг гостинності.
10. Готельне господарство України та Євро 2012.

Тести для самоконтролю

1. Міжнародні контракти щодо виконання послуг:

- а) регулюються Протоколом Генеральної асамблеї ООН;
- б) регулюються в рамках комплексу угод ГАТС;
- в) підлягають обов'язковій реєстрації у ВТО;
- г) гарантують однаковий рівень послуг у межах кожної країни.

2. Найважливішими міжнародними туристичними виставками для європейських туроператорів є:

- а) Берлінська, Київська, Лондонська та Московська;
- б) Мадридська, Майамська, Московська та Пекінська;
- в) Берлінська, Міланська, Московська та Сіднейська;
- г) Берлінська, Лондонська, Мадридська та Міланська.

3. Веб-сторінку сучасної туристичної фірми:

- а) необхідно створити за допомогою хороших розробників та регулярно оновлювати розміщену на ній;

- б) слід розробити за допомогою кваліфікованих майстрів із створення цього продукту;
- в) можна створити своїми силами;
- г) утримувати дорого та недоцільно.

4. У світовому туристичному процесі Україна:

- а) посідає помітне місце;
- б) практично не представлена;
- в) має значний нереалізований потенціал;
- г) правильної відповіді немає.

5. Для успішної підготовки до проведення європейської футбольної першості 2012 року наша країна повинна:

- а) здійснити всебічну підготовку футболістів і тренерів;
- б) збудувати новий центральний стадіон у Києві;
- в) у Києві збудувати два нових мости;
- г) реконструювати наявні чи побудувати нові стадіони, а також збудувати й модернізувати готелі в Києві, Львові, Донецьку, Дніпропетровську, Харкові, Одесі.

Література [1; 6; 8; 12; 18; 20; 27; 30; 37; 38; 44; 45; 54–57]

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ СТУДЕНТІВ ПРИ ПІДСУМКОВОМУ КОНТРОЛІ

Контроль знань із дисципліни “Ринок послуг готельного бізнесу та туризму” має два блоки планових заходів:

- 1) поточний контроль знань студентів;
- 2) підсумковий контроль знань студентів.

Порядок оцінювання знань студентів за результатами вивчення дисципліни

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

Загальна підсумкова оцінка (в балах) — це сума балів за результати поточного контролю знань та за виконання завдань, що виносяться на іспит. На іспиті студент повинен набрати не менше 30 балів.

Підсумковий контроль знань із дисципліни здійснюють у формі письмового іспиту за екзаменаційними білетами, кожен з яких містить три питання.

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

№ з/п	Форма оцінювання знань	Кількість балів	Результат
1	Оцінювання поточної роботи в семестрі, в т. ч.:	від 0 до 40 балів в т. ч.:	
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	Проходження модульного контролю знань	до 20 балів	
2	Оцінювання письмової екзаменаційної роботи	від 0 до 60 балів	Проходження підсумкового контролю знань із дисципліни та одержання підсумкової оцінки

Відповідь на кожне з питань білета оцінюється:

20 балів – якщо відповідь студента містить повне, розгорнуте, правильне та обґрунтоване викладення матеріалу:

- виявляє при цьому високі знання усієї програми навчальної дисципліни, вміє користуватися різноманітними методами наукового аналізу суспільних і правових явищ, визначає їх характерні риси та особливості;
- відображає чітко знання відповідних категорій, їх змісту, розуміння їх взаємозв'язку і взаємодії, правильне формулювання відповідних тлумачень;
- знає назви і орієнтується у змісті передбачених програмою нормативно-правових актів (для найважливіших – необхідно знати рік їх прийняття);

- вмiє аналізувати змістовний матеріал, порівнює його з різними поглядами на цю проблему, робить самостійні висновки, формулює та аргументує власну точку зору;
- використовує, разом із теоретичним матеріалом, фактичні дані (статистичні, результати судової практики та ін.), дає їм оцінку та вмiє порівнювати;
- викладає логічно і граматично правильно;

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

- є неповною, не містить усіх необхідних відомостей про предмет запитання,
- є не зовсім правильною: наявні недоліки у розкритті змісту понять, категорій, закономірностей, назв та змісту нормативно-правових актів, нечіткі характеристики відповідних явищ;
- не є аргументованою: не містить посилань на нормативно-правові акти (у разі необхідності), інші джерела, аналізу відповідних теорій, концепцій, наукових течій та 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 та виправлень;

0 балів — якщо студент не відповів на поставлене запитання:

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

Результат письмового іспиту складається із суми балів, одержаних за всі питання. У тому разі, коли відповіді студента оцінені менше ніж 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 30 і не більше 60 балів) за 100-бальною системою з подальшим переведенням у 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 ECTS
85–100	5 (відмінно)	A
80	4 (добре)	B
65–75		C
60	3 (задовільно)	D
50–55		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 р. № 1282 – IV.
2. Азар В. И. Экономика и организация туризма. – М.: Профиздат, 1983.
3. Александрова А. Ю. Международный туризм. – М.: Аспект Пресс 2001. – 464 с.
4. Бабарицька В., Малиновська О. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. – К.: Альтерпрес, 2004. – 156 с.
5. Балабанов Н. Т., Балабанов А. Н. Экономика туризма. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 173 с.
6. Бейдик О. О. Українсько-російський словник термінів і понять з географії туризму та рекреаційної географії. – К.: Вид-во КДУ, 1997. – 188 с.
7. Борисов К. Г. Международный туризм и право: Учеб. пособие. – М.: НИМП, 1999. – 352 с.
8. Герасименко В. Г. Основы туристского бизнеса: Учеб. пособие. – Одесса: Черноморье, 1997. – 160 с.
9. Гуляев В. Г. Организация туристической деятельности: Учеб. пособие. – М., 1996.
10. Дурович А. П. Маркетинг в туризме. – Минск, 2001. – 280 с.

11. *Ефремова М. Б.* Основы технологии туристического бизнеса: Учеб. пособие. — М., 1999.
12. *Жолдак В.* Менеджмент спорта и туризма. — М., 2001 — 342 с.
13. *Кабушкин Н. И.* Менеджмент туризма: Учеб. пособие. — Минск, 2001.
14. *Кабушкин Н. И., Бодаренко Г. А.* Менеджмент гостиниц и ресторанов: Учеб. пособие. — Минск: Новое знание, 2000.
15. *Квартальнов В. А., Сенин В. С.* Организация туристско-экскурсионного обслуживания. — М., 1987.
16. *Квартальнов В. А.* Туризм: Учебник. — М., 2000.
17. *Квартальнов В. А.* Иностраный туризм. — М.: Финансы и статистика, 1999. — 312 с.
18. *Менеджмент: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / За ред. Г. В. Щокіна, М. Ф. Головатого, О. В. Антонюка, В. П. Сладкевича.* — К.: МАУП, 2007. — 816 с.
19. *Менеджмент туризма: Учебник / Под. ред. В. А. Квартальнова.* — М.: Финансы и статистика, 1996. — 424 с.
20. *Правове регулювання туристичної діяльності / За ред. В. К. Федорченка.* К.: Юрінком Інтер, 2002. — 640 с.
21. *Сапрунова В. Б.* Туризм: Эволюция, структура, маркетинг. — М., 1989.
22. *Сенин В. С.* Организация международного туризма: Учебник. — М.: Финансы и статистика, 2000. — 400 с.
23. *Сенин В. С.* Введение в туризм. — М., 1993.
24. *Сокол Т. Г.* Організація туристичної діяльності в Україні: Навч. посіб. — К.: Рокор. 2001. — 200 с.
25. *Сокол Т. Г.* Основы туризмознания: Навч. посіб. — К.: Ред Лайн, 1999. — 77 с.
26. *Туризм и гостиничное хозяйство / Под. ред. А. Д. Чудновского.* — М., 2000.
27. *Уніфіковані технології готельних послуг: Навч. посіб. / За ред. В. К. Федорченка.* — К.: Вища шк., 2001. — 237 с.
28. *Федорченко В. К, Мініч І. М.* Туристський словник-довідник: Навч посіб. — К.: Дніпро, 2000 — 160 с.

Додаткова

29. *Волков Ю. Ф.* Введение в гостиничный и туристический бизнес. Ростов н/Д: “Феникс”, 2003 — 348 с.

30. ВТО. Тенденции и методики развития мирового туризма: Практический курс. — Мадрид: ВТО, 2003.
31. Гейк П., Джексон П. Вчись аналізувати ринок. Методика і практика. — Львів: Сейбр-Світло, 1995. — 270 с.
32. Грин Р. 48 законів влади / Пер. с англ. Е. Я. Мичуновой. — М.: РИПОЛ КЛАССИК, 2005. — 576 с.
33. Дайнин Ж. Я познаю мир: Праздники и обычаи народов мира: Энцикл. — М.: Астрель “АСТ”, 2000. — 352 с.
34. Економічний словник-довідник / За ред. С. В. Мочерного. — К.: Феміна, 1995. — 367 с.
35. Ефремова М. В. Основы технологии туристического бизнеса: Учеб. пособие. — М.: Ось-89, 1999. — 192 с.
36. З історії вітчизняного туризму: Зб. наук. статей / ФПУ. Ін-т туризму. — К.: Час пік, 1997. — 280 с.
37. 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.
38. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм. — М.: ЮНИТИ, 2000. — 312 с.
39. Крачило Н. Л. География туризма: Навч. посіб. — К.: Вища шк., 1987. — 208 с.
40. Кузик С. П. Закономірності територіальної організації туризму // Вісн. АН УРСР. — 1988. — № 7. — С. 78–83.
41. Кузик С. П., Олесевич Д. Л. Менеджмент туризму в регіоні // Регіональна економіка. — 1999. — № 1. — С. 103–108.
42. Любіщева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). — К.: Альгерпрес, 2002. — 736 с.
43. Мироненко Н. С., Твердохлебов Н. Т. Рекреационная география. — М.: Изд-во МГУ, 1981. — 208 с.
44. Міждержавний стандарт ДЕСТ 28681.2–95 “Туристично-екскурсійне обслуговування. Туристичні послуги. Загальні вимоги”. — К.: Держстандарт України, 1996. — 19 с.
45. Міждержавний стандарт ДЕСТ 28681.2–95 “Туристично-екскурсійне обслуговування: Проектування туристичних послуг”. — К.: Держстандарт України, 1996. — 19 с.
46. Мойсеева Н. К. Стратегическое управление туристической фирмой. — М.: Финансы и статистика, 2001. — 201 с.

47. *Папирян Г. А.* Международные экономические отношения: Экономика туризма. — М: Финансы и статистика, 1998. — 208 с.
48. *Папирян Г. А.* Менеджмент в индустрии гостеприимства (отели и рестораны). — М.: Экономика, 2000. — 207 с.
49. *Планирование на предприятии туризма: Учеб. пособие для вузов /* Под ред. Е. Н. Богданова. — СПб.: Бизнес-пресса, 2003. — 288 с.
50. *Правова база України з питань в'їзду та виїзду громадян // Зб. законодав. та нормат. актів /* М. І. Камлик. — К.: Атака, 2003. — 204 с.
51. *Стимулирование международного туризма в XXI веке /* Г. Харрис и др. — М.: Финансы и статистика, 2000. — 237 с.
52. *Туристична діяльність: нормативна база /* О. М. Роїна. — К.: КНТ, 2005. — 448 с.
53. *Устищенко Л., Афанасьев І.* Історія туризму — К.: Альгерпрес, 2005. — 102 с.
54. *Чернявський А. Д.* Антикризове управління підприємством: Навч. посіб. — К.: МАУП, 2006. — 256 с.
55. *Чернявський А. Д., Кобржицький В. В.* Корпоративне управління: Навч. посіб. — К.: МАУП, 2006. — 208 с.
56. *Чувардинський О. Г.* Європейський союз і розвиток сучасних інтегаційних зв'язків економіки України. — К.: Наук. світ, 2002. — 299 с.
57. *Шелест П. Ю.* Україно наша радянська. — К.: Політвидав України, 1970. — 279 с.
58. *Экономика современного туризма /* Под ред. Г. А. Карповой. — М; СПб.: Герда, 1998. — 412 с.
59. *Юрківський В. М.* Країни світу: Довідник. — К.: Либідь, 1999. — 368 с.



ЗМІСТ

Пояснювальна записка.....	3
Тематичний план дисципліни	
“Ринок послуг готельного бізнесу та туризму”.....	6
Методичні вказівки для самостійного вивчення кожної теми.....	7
Критерії оцінювання знань студентів	28
Список літератури.....	31

Відповідальний за випуск *А. Д. Вегеренко*
Редактор *Т. Д. Станішевська*
Комп’ютерне верстання *А. А. Кучерук*

Зам. № ВКЦ-4017

Підп. до друку 23.02.09. Формат 60x84/16. Папір офсетний.
Друк ротатійний трафаретний. Умов.-друк. арк. 2,09. Обл.-вид.арк. 1,81.

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*