Силабус курсу

Міжнародний туризм

Ступінь вищої освіти – магістр
Освітньо-професійна програма «Туризм»

Рік навчання: 1, **Семестр:** I

Кількість кредитів: 5 **Мова викладання:** українська

Керівник курсу

ПІП Професор Гуменюк Ю.П.

Контактна інформація Kaf_mbt@wunu.edu.ua

Опис дисципліни

Метою дисципліни «Міжнародний туризм» є ознайомлення студентів з найважливішими питаннями, пов'язаними із міжнародним туризмом, та особливостями світової туристичної індустрії, формування сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань у галузі міжнародного туристичного бізнесу, вміння досліджувати та аналізувати світовий туристичний ринок, використовувати новітні інформаційні технології ведення бізнесу, які забезпечують високу конкурентоспроможність та стабільне положення підприємства на світовому ринку.

Структура курсу

Години (лек. / сем.)	Тема	Результати навчання	Завда
2/ 1	1. Міжнародний туризм як форма міжнародних економічних відносин	Використовувати оргтехніку, документально оформлювати управлінські рішення, вести кореспонденцію;	Тести, питання
2 / 1	2. Середовище міжнародного туризму та тенденції його розвитку	використовувати оргтехніку, документально оформлювати управлінські рішення, вести кореспонденцію ; застосовувати сучасні комп'ютерні технології при розробці міжнародних туристичних ланцюгів; формувати бази стандартів, технічних умов, відстежувати зміни до них; вивчати й застосовувати досвід міжнародних турпідприємств, які входять до глобальних світових ланцюгів; визначати вплив факторів зовнішнього середовища на результати діяльності туристського підприємства.	Кейси
2 / 1	3. Суб'єкти міжнародного туризму	Формувати бази стандартів, технічних умов, відстежувати зміни до них;	Тести, питання
2 / 1	4. Туристичний продукт як складова пропозиції в міжнародному туризмі.	вивчати й застосовувати досвід міжнародних турпідприємств, які входять до глобальних світових ланцюгів;	Задачі, кейси

2 / 1	5.Регулювання міжнародного туризму на національному та світовому рівні	вивчати й застосовувати досвід міжнародних турпідприємств, які входять до глобальних світових ланцюгів;	Ділові ситуації
2 / 1	6. Організаційні засади створення та діяльності туристичного підприємства	Визначати вплив факторів зовнішнього середовища на результати діяльності туристичного підприємства.	Тести, питання
2 / 1	7. Особливості організації співпраці туристичного підприємства з постачальниками послуг	визначати вплив факторів зовнішнього середовища на результати діяльності туристського підприємства.	Кейси
2 / 1	8. Договірні відносини в міжнародному туризмі	Визначати вплив факторів зовнішнього середовища на результати діяльності туристичного підприємства.	Тести, питання
2 / 1	9. Проектування, розробка та формування турпакету	визначати вплив факторів зовнішнього середовища на результати діяльності туристського підприємства.	Тести, питання
3/ 1	10. Страхування в міжнародному туристичному бізнесі	Формувати бази стандартів, технічних умов, відстежувати зміни до них;	Тести, питання
3 / 2	11. Управління збутовою діяльністю	використовувати оргтехніку, документально оформлювати управлінські рішення, вести кореспонденцію ; застосовувати сучасні комп'ютерні технології при розробці міжнародних туристичних ланцюгів; формувати бази стандартів, технічних умов, відстежувати зміни до них; вивчати й застосовувати досвід міжнародних турпідприємств, які входять до глобальних світових ланцюгів;	Кейси
3/ 2	12. Франчайзинг як форма організації міжнародного туризму	використовувати оргтехніку, документально оформлювати управлінські рішення, вести кореспонденцію ; застосовувати сучасні комп'ютерні технології при розробці міжнародних туристичних ланцюгів; формувати бази стандартів, технічних умов, відстежувати зміни до них; вивчати й застосовувати досвід міжнародних турпідприємств, які входять до глобальних світових ланцюгів;	Тести, питання
3 / 1	13. Новітні інформаційні технології в туризмі	використовувати оргтехніку, документально оформлювати управлінські рішення, вести кореспонденцію ; застосовувати сучасні комп'ютерні технології при розробці міжнародних туристичних ланцюгів;	Кейси

		формувати бази стандартів, технічних умов, відстежувати зміни до них; вивчати й застосовувати досвід міжнародних турпідприємств, які входять до глобальних світових ланцюгів;

Літературні джерела

1. Бабарицька В. К., Малиновська О. Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійнотермінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: Навчальний посібник. – К.: Альтерпрес, 2018. – 288 с.
2. Балашова Р.І. Розвиток туристичного підприємства: теорія та практика: монографія / Р.І. Балашова; Донецький інститут туристичного бізнесу. – Донецьк: Вид-во «Вебер», 2019. – 343 с.
3. Данильчук В.Ф. Особенности формирования и развития туристических предприятий: монография / В.Ф. Данильчук. – Донецк: ИЭП НАН Украины, 2017. – 240 с.
4. Михайліченко Г.І. Логістика в туризмі: опорний конспект [Текст]: навчально-методичне видання для студентів спеціальності «Менеджмент організацій», проф. спрям. «Менеджмент туристичної індустрії», К.: КНТЕУ, 2017р.
5. Креативные технологии управления проектами и программами: Монография. [Текст] / Бушуев С.Д. и др. – К.: «Саммит-Книга», 2018. – 768с.
– ISBN 978-966-7889-40-1.
6. Мунін Г., Тимошенко З., Самарцев Є., Змійов А. Маркетинг туризму. – Ч.І.
– К.: Вид-во Європ. ун-ту. – 2018. – 324 с.
7. Балашова Р.І. Обґрунтування собівартості туристичного продукту за методом повних витрат / Р.І. Балашова // Вісн. ДІТБ. – 2019. – № 13. – С. 145- 151.
8. Шваб Л.І. Міжнародні стандарти туристичних послуг [навч. посібник] / Л.І. Шваб, М.М. Кострица . – Житомир: ЖДТУ, 2017. – 196 с.
9. Кішка О.С. Оптимізація фінансово-економічних результатів діяльності в туризмі [Електронний ресурс] / О.С. Кішка – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/eui/2015_1/10kosrdt.pdf
10. Богданова Ж.А. Облікове відображення формування собівартості туристичного продукту / Ж.А. Богданова – Вісник ЖДТУ № 1 (55). – 2018. – С.27-30.
11. Кудла Н.Є. Маркетинг туристичних послуг / Н.Є. Кудла. – К. : Знання,
2017. – 351 с.
12. Любівцева О.О. Методика розробки турів [Електронний ресурс] / О.О. Любівцева. – Режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/lubiceva_mrt5.htm.
13. Мартинов І.Ю. Особливості маркетингу туризму у сфері відпочинку і розваг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Tiru/2011_31_1/Martinov.pdf.

14. Тєлєтов О.С Особливості та перспективи маркетингу туристичних послуг в Україні / О.С. Тєлєтов, Н.Є. Косолап.– Маркетинг і менеджмент інновацій, 2017, № 1. – С. 21-34.
15. Агафонова Л. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : Навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів/ Л. Агафонова, О. Агафонова; Київський ун-т туризму, економіки і права. -К.: Знання України, 2018. -351 с.
16. Шаптала О. Рекреація і туризм: взаємозв'язки, відносини і проблеми// Вісник Української Академії державного управління при Президентові України. - 2019. - № 3. - С. 395-399

Додаткова:

1. Кішка О.С. Оптимізація фінансово-економічних результатів діяльності в туризмі [Електронний ресурс] / О.С. Кішка – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/eui/2015_1/10kosrdt.pdf
2. Кудла Н.Є. Маркетинг туристичних послуг / Н.Є. Кудла. – К. : Знання, 2018. – 351 с.
3. Кузьмін О. Франчайзинг у підприємницькій діяльності / О. Кузьмін, У. Сухорська, Т. Мирончук. — Л. : Вільна Україна, 2017. — 144 с.
4. Корольчук О. П. Франчайзинг (теорія, методологія, практика) : моногр. / О. П. Корольчук. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. — 207 с.
5. Ляшенко В.И. Развитие франчайзингового режима в Украине / В.И. Ляшенко // Вісник економічної думки України. – 2017. – № 1. – С. 79-85.
6. Михайліченко Г.І. Логістика в туризмі: опорний конспект [Текст]: навчально-методичне видання для студентів спеціальності «Менеджмент організацій», проф. спрям. «Менеджмент туристичної індустрії», К.: КНТЕУ, 2017р.
7. Мартинов І.Ю. Особливості маркетингу туризму у сфері відпочинку і розваг [Електроннийресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Tiru/2011_31_1/Martinov.pdf.
8. Тєлєтов О.С Особливості та перспективи маркетингу туристичних послуг в Україні / О.С. Тєлєтов, Н.Є. Косолап.– Маркетинг і менеджмент інновацій, 2018, № 1. – С. 21-34.
9. James C. Makens. Marketing for Hospitality and Tourism. - Publisher: Prentice Hall; Inc. Category: Business. 4th edition. – 2017 - ISBN-10-0-13-197623-0
10. Larry Dwyer. International Handbook on the Economics of Tourism. - Publisher: Edward Elgar Publishing. - 2018. - 495 p. - ISBN -I-85-278-893-3.
11. William F. Theobald. Global Tourism. Third Edition. /F.William// - Publisher: Butterworth- Heinemann. – 2018 - 588 p.- ISBN 075 - 067-789-9.
21. http://tourlib.net/books_ukr/lubiceva_mrt5.htm.

Політика оцінювання

- **Політика щодо дедлайнів та перескладання**: Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних

причин, оцінюються на нижчу оцінку (-20 балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

- **Політика щодо академічної доброчесності**: Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування (наприклад, програма Kahoot).
- **Політика щодо відвідування**: Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

Критерії оцінювання

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Заліковий модуль 1	**Заліковий модуль 1 (ректорська контрольна робота)**	**Заліковий модуль 3 (підсумкова оцінка за КПІЗ)**	**Заліковий модуль 4 (екзамен)**
20%	20%	20%	40%
1. Усне опитування (тестування) на заняттях: 6 тем по 5 балів – макс 30 балів. 2. Письмова робота – макс 70 балів	1. Усне опитування (тестування) на заняттях: 7 теми по 5 балів – макс 30 балів. 2. Письмова робота – макс 70 балів	1. Підготовка КПІЗ – макс 40 балів. 2. Захист КПІЗ – макс 40 балів. 3. Участь у тренінгах – макс 20 балів	1. Тестові завдання (5 тестів по балів) – макс 25 балів. 2. Теоретичне питання – макс 25 балів 3. Кейс – макс 50 балів

Шкала оцінювання студентів:

ECTS	**Бали**	**Зміст**
A	90-100	відмінно
B	85-89	добре
C	75-84	добре
D	65-74	задовільно
E	60-64	достатньо
FX	35-59	незадовільно з можливістю повторного складання
F	1-34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом