

Міжнародний туризм

(кафедра документальних комунікацій та менеджменту)

1. Мета, основні завдання та предмет дисципліни.

Мета навчальної дисципліни полягає у поглибленні теоретичних знань, оволодінні сучасним методичним інструментарієм, практичними навичками з дієвого формування туристичного продукту підприємств та фірм, які працюють на ринку туристичної індустрії у сучасних умовах .

Завдання навчальної дисципліни:

- ознайомлення здобувачів вищої освіти з новітніми тенденціями у сфері міжнародного туризму;
- засвоєння слухачами теоретичних та практичних аспектів оцінки ринку міжнародного туризму та оцінки конкурентоспроможності туристичного підприємства;
- набуття здобувачами вищої освіти навичок аналізувати ринок міжнародного туризму в цілому та прогнозувати еволюцію туристичного ринку на майбутньому та переводити цей аналіз у конкретну стратегію в сфері туристичної індустрії;
- формування умінь самостійної розробки міжнародних туристичних маршрутів та прийняття управлінських рішень щодо управління ними в конкретних конкурентних умовах діяльності;
- розвиток у здобувачів вищої освіти дослідницьких та організаторських здібностей опанування та застосування методичних підходів щодо формування туристичного продукту та його просування на глобальному ринку туристичної індустрії.

Предмет дисципліни – пізнання та свідоме використання сучасних методичних підходів ефективного використання туристичних ресурсів, діагностики міжнародного ринку туристичної індустрії, управління туристичними потоками в сучасних умовах розвитку міжнародного туризму.

2. Професійні компетенції. В процесі опанування даної дисципліни здобувач вищої освіти набуває наступних професійних компетенцій:

- вміння застосовувати методи управління туристичними ресурсами для забезпечення ефективності діяльності організації на ринку міжнародного туризму ;
- здатність демонструвати навички взаємодії з контрагентами та партнерами при формуванні туристичного продукту, лідерські якості та командної роботи;

- вміння виконувати індивідуальні дослідження потреб споживачів туристичного продукту в групі та під керівництвом лідера;
- вміння демонструвати навички виявлення потреб потенційних та наявних клієнтів підприємства в сфері туризму та обґрунтовувати шляхи їх задоволення;
- здатність адаптувати себе та працівників, клієнтів підприємства до кризових ситуацій під час міжнародних подорожей, знаходити засоби до їх нейтралізації;
- здатність діяти соціально відповідально при роботі з трудовим колективом, споживачами при укладанні пакетів послуг на міжнародні туристичні подорожі, громадсько свідомо на основі етичних міркувань;

3. Тематичний план дисципліни.

№ п/п	Назва теми	Загальна кількість годин	У тому числі	
			Заняття з викладачем	Самостійна робота
1.	Тема 1. Міжнародний туризм в індустрії подорожей	9	2	7
2.	Тема 2. Географія міжнародних туристичних потоків	9	2	7
3.	Тема 3. Туристичний продукт та його просування на ринку міжнародного туризму	9	2	7
4.	Тема 4. Економічна ефективність міжнародного туризму	9	2	7
5.	Тема 5. Транснаціональні корпорації на ринку міжнародного туризму	9	2	7
6.	Тема 6. Міжнародні туристичні організації	9	2	7
7.	Тема 7. Міжнародне співробітництво в сфері туризму	9	2	7
8.	Тема 8. Міжнародне нормативно-правове забезпечення в сфері туризму	9	2	7
9.	Тема 9. Глобалізація в міжнародному туризмі	9	2	7
Усього навчальних годин		81	18	63

4. Дисципліна викладається кафедрою документальних комунікацій та менеджменту.

5. Викладацький склад:

Щесюк С.В., ст. викладач;

6. Основна література:

1. Алешугіна Н. О. Проблеми формування туристичного іміджу України / Н. О. Алешугіна // Туристична бібліотека [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://tourlib.net/statti_ukr/aleshugina2.htm. – Назва з екрана.
2. Василюха Н. В. Розвиток ринку туристичних послуг у контексті транскордонного співробітництва / Н. В. Василюха // Туристическая библиотека [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://tourlib.net/statti_ukr/vasylyha2.htm. – Назва з екрана.
3. Все про туризм – туристична бібліотека [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://tourlib.net/books_ukr/vt.htm. – Назва з екрана.
4. Девятнадцатая сессия Кёнджу (Респ. Корея), 8-14 окт. 2011 г. Пункт 10 с предварительной повестки дня [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf>. – Назва з екрана.
5. Інформація та проблемні питання щодо співробітництва України з Європейським Союзом у галузі туризму [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Державного агентства України з туризму та курортів. – Режим доступу : <http://www.tourism.gov.ua>. – Назва з екрана.
6. Кабушкин Н. И. Менеджмент гостинниц и ресторанов : Учеб. пособие / Н. И. Кабушкин. – Мн. : ООО “Новое знание”, 2000. – 216 с.
7. Конституція України. [Електронний ресурс] / Офіційний веб-портал Верховної Ради України. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/go/254/96-ВР>. – Назва з екрана.
8. Кропив'янська О. О. Особливості підприємництва у сфері туристичних послуг / О. О. Кропив'янська // Туристическая библиотека [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://tourlib.net/statti_ukr/kropyvjanska.htm. – Назва з екрана.
9. Пазенюк В. С. Філософія туризму : Навчальний посібник / В. С. Пазенюк, В. К. Федорченко. – К. : Кондор, 2004. – 268 с.
10. Прейгер Д. К. Міжнародний туризм в Україні / Д. К. Прейгер, І. А. Малярчук [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.niisp.gov.ua>. – Назва з екрана.

11. Про туризм : закон України від 18.11.2003 №1282-IV [Електронний ресурс]. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/shows/1282-15>. – Назва з екрана.
12. Пурська І. С. Концептуальні засади створення маркетингової стратегії розвитку іноземного туризму в регіонах України / І. С. Пурська // Туристична бібліотека [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://tourlib.net/statti_ukr/purska2.htm. – Назва з екрана.
13. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії : Навчальний посібник / І. М. Школа – Чернівці : Книги ХХІ, 2005. – 596 с.