

Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет географічний
Кафедра туризму та готельного господарства

СИЛАБУС

I. Опис навчальної дисципліни „Ринок туристичних послуг”
Денна форма навчання

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма Освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни
		Денна форма навчання
Кількість кредитів – 4	Галузь знань: 24 Сфера обслуговування Спеціальність: 241 Готельно-ресторанна справа Освітня програма: Готельно-ресторанна справа	Вибіркова
Модулів – 3		Рік підготовки – 2
Змістових модулів – 2		Семестр – 3
ІНДЗ: є		Лекції – 24 год.
Загальна кількість годин – 150		Практичні – 24 год.
Тижневих годин: аудиторних – 3,5	Магістр	Самостійна робота – 92 год.
		Консультації – 10 год.
		Форма контролю: залік
Мова навчання		Українська

II. Інформація про викладача

Викладач: Терещук Оксана Степанівна, кандидат географічних наук, доцент
Контактна інформація викладача:
Телефон 0632286740
Електронна пошта: t.oksana777@eenu.edu.ua
Адреса викладання курсу: вул. Потапова, 9, корпус С СЧУ імені Лесі Українки
Кафедра – туризму та готельного господарства
Факультет – географічний

III. Опис дисципліни

1. Анотація курсу

Навчальна дисципліна «Ринок туристичних послуг» спрямована на вивчення специфічних рис формування та функціонування туристичного ринку, оцінку впливу об'єктивних та суб'єктивних чинників на формування туристичного попиту/пропозиції, особливостей видової та просторової організації ринку споживача туристичних послуг, характеристику специфіки функціонування ринку пропозиції та його суб'єктів (глобального та національного рівнів); на опанування методології дослідження та оцінці практики функціонування ринку туристичних послуг, на знання та розуміння принципів та критеріїв типізації туристичних ринків, визначення моделей їх функціонування, закономірностей просторової організації туристичного процесу, який розглядається на макрорегіональному та національному рівнях.

2. Пререквізити і постреквізитидисципліни

Пререквізити: Успішне опануваннякурсів бакалаврського рівня.

Постреквізити: „Логістика в туризмі”, „Курортологія”.

3. Мета і завдання навчальної дисципліни

Мета дисципліни – формування у майбутніх фахівців сфери туризму теоретико-методологічних знань з принципів і закономірностей функціонування ринку готельно-ресторанних послуг різного ієрархічного рівня та навичок володіння методиками оцінки ринку готельно-ресторанних послуг, прогнозування напрямів його розвитку в розрізі регіонів, країн, видів та форм туризму, окремих дестинацій.

Завдання курсу:

- глибоке уявлення про історичні аспекти розвитку туризму на планеті, основні чинники розвитку і методи вивчення цього виду господарської діяльності;
- пояснити принципи законодавчого забезпечення і багаторівневого регулювання, організацію та управління готельним та ресторанним бізнесом у світовому і національному масштабі;
- дати студентам науковерозумінняособливостейформуваннята спрямуванняміжнароднихтуристичнихпотоків, а такожїхзначення для розвиткунаціональнихекономік;
- показатиреальніперспективирозвиткуготельно-ресторанного бізнесу в світі та в Україні;
- навчитистудентіввикористовуватиздобутізнання у своїйпрактичнійдіяльності, щопов'язана з готельно-рестораннимбізнесом.

В результаті вивчення даного курсу студент повинен знати:

- теорію, методологію і методику дослідження геопросторових аспектів розвитку, функціонування ринку готельно-ресторанних послуг;
- особливостіформування та механізмфункціонування ринку туристичнихпослуг
- специфічніріси моделей туристичнихринків;
- методики оцінкирівнясформованостітуристичного ринку;
- сучасний стан ринку турпослугрізногоїєрархічногорівня та спеціалізованихтуристичнихринків;
- проблема національного туристичного ринку України та напрямкиїхвирішення.

вміти:

- застосувати методику дослідження ринку туристичнихпослуг для йогоаналізу;
- визначити тип туристичного ринку;
- визначитиконкурентніпозиціїкраїнабовидового/спеціалізованого ринку;
- оцінитиконкурентоздатністьУкраїни на різних ринках туристичнихпослуг;
- проводитисегментаціютуристичного ринку за різними критеріями;
- оцінювативпливтуристичноїгалузіна економіку регіону та країни.

4. Результати навчання (компетентності).

До кінця навчання студенти будуть компетентними у таких питаннях:

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК 1. Діяти на засадах розуміння цивілізаційних гуманітарних цінностей та глобалізаційних процесів, пріоритетів національного розвитку

ЗК 4.Здатність до аналізу, оцінки та синтезу новихідей;

Фахові компетентності (ФК)

ФК 4. Розуміння завдань національної політики та механізмів регулювання індустрії гостинності;

ФК 12. Здатність до підприємницької діяльності на міжнародному рівні;

ФК 14. Здатність розробляти та забезпечувати прийняття ефективних проектних рішень

ФК 15.Здатність до визначення стратегічних завдань у розвитку готельного і ресторанного бізнесу.

Програмні результати навчання (РН)

РН 3.Здатність використовувати інноваційні методи і технології в сфері готельно-ресторанного бізнесу;

РН 4.Знання закономірностей, принципів та механізмів функціонування ринку готельних та ресторанних послуг;

РН 16.Діяти у полікультурному середовищі;

РН 20.Приймати рішення у складних і непередбачуваних умовах, що потребує застосування нових підходів та методів прогнозування.

5. Структура навчальної дисципліни

Структура навчальної дисципліни для денної форми навчання

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Практ.	Сам. роб.	Конс.	*Форма контролю/ Бали
Змістовий модуль I. Сутність туристичного ринку та особливості його функціонування						
Тема 1. Сутність, структура та функції ринку туристичних послуг	10	2	2	6		2
Тема 2. Історія формування та розвитку ринку туристичних послуг	8	-	2	6		2
Тема 3. Ринок туристичних послуг, його територіальна організація	12	2	2	8		2
Тема 4. Індустрія туризму – основа розвитку національного ринку туристичних послуг	12	-	2	8	2	2
Тема 5. Національні туристичні ринки: структура та типологія	16	2	2	10	2	2
Тема 6. Методичні засади дослідження ринку туристичних послуг	10	2	-	8		2
Тема 7. Методика макрорегіональних досліджень туристичного ринку	10	-	2	8		2
Разом за змістовим модулем 1	78	8	12	48	4	14
Змістовий модуль II. Методологія дослідження та практика функціонування ринку туристичних послуг						
Тема 8. Умови і чинники формування попиту	8	-	2	6		2
Тема 9. Сегментація і територіальна організація ринку туристичного попиту	10	2	2	6		4
Тема 10. Регуляторні механізми ринку туристичних послуг	12	2	2	6	2	4
Тема 11. Кон'юнктура туристичного ринку	14	2	2	8	2	2
Тема 12. Регіональні особливості споживання туристичних послуг	12	2	2	8		2
Тема 13. Аналіз ринку туристичних послуг України	16	2	2	10	2	2
Разом за змістовим модулем 2	72	10	12	44	6	16
ІНДЗ						10
Самостійна робота						
Усього годин	150	24	24	92	10	40

6. Завдання для самостійного опрацювання

№ з/п	Тема	Кількість годин
1	Туризм як суспільне явище та об'єкт географічного дослідження	4
2	Методика геомаркетингового аналізу туристичного підприємства	4
3	Структура та територіальна організація індустрії туризму	4
4	Геопросторова організація світового туристичного ринку	4
5	Регуляторні механізми ринку туристичних послуг	4
6	Кон'юнктура туристичного ринку	4
7	Оцінка ринку туристичних послуг країни-партнера України (країна на вибір студента)	22
	Разом	66

IV. Політика оцінювання

Оцінювання знань студентів з навчальних дисциплін здійснюється на основі результатів поточного контролю й модульного контролю знань.

Результати поточного контролю: оцінки за виконання і захист студентом практичних робіт; оцінка за виконання й захист ІНДЗ.

Поточний контроль (мах = 40 балів)													Модульний контроль (мах = 60 балів)		Загальна кількість балів	
Модуль 1										Модуль 2	Модуль 3					
Змістовий модуль 1					Змістовий модуль 2								ІНДЗ	МКР 1		МКР 2
Т 1	Т 2	Т 3	Т 4	Т 5	Т 6	Т 7	Т 8	Т 9-10	Т 11	Т 12	Т 13	Т 14				
2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	2	2	2	10	30	30	100

Відвідування занять є обов'язковим. Студенти зобов'язані дотримуватися термінів, визначених для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених курсом. У разі відсутності через хворобу надати відповідну довідку. Пропущені заняття відпрацьовувати під час консультацій. Студент повинен старанно виконувати завдання, брати активну участь у навчальному процесі.

Академічна доброчесність. Вимоги до академічної доброчесності визначаються „Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату у науково-дослідній діяльності здобувачів вищої освіти та науково-педагогічних працівників СНУ ім. Лесі Українки”, що розміщується на сайті університету за посиланням: <https://ra.eenu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/11/Polozhennya-Antyplagiat.pdf>.

Політика щодо дедлайнів та перескладання. Термініздаті практичних робіт, ІНДЗ, самостійної роботи повідомляє викладач на перших аудиторних заняттях з дисципліни або прописує на інтернет-платформі курсу. Перескладання завдань поточного контролю та модульного контролю при вивченні дисципліни „Ринок туристичних послуг” узгоджується з політикою ЗВО.

V. Підсумковий контроль

Форма контролю – екзамен. В білеті 3 питання, кожне з яких оцінюється у 20 балів. За результатами підсумкового контролю від загальної суми балів, набраної студентом протягом семестру, віднімаються результати модульної контрольної роботи і додаються бали, набрані на екзамені. Переведення підсумкової семестрової оцінки, вираженої в балах, у оцінки за національною шкалою здійснюється відповідно до таблиці, розміщеної нижче.

Перелік питань до екзамену

1. Об'єкт, предмет та завдання предмету «Ринок туристичних послуг».
2. Функції ринку туристичних послуг.
3. Ринок послуг як складова світового ринку. Специфічність послуг, їх основні класифікації.
4. Характерні ознаки та головні особливості туристичного ринку.
5. Функції ринку туристичних послуг.
6. Критерії класифікації туристичних підприємств та організацій як суб'єктів ринку туристичних послуг
7. Інфраструктура туристичного ринку та її складові.
8. Економічний механізм функціонування ринку туристичних послуг.
9. Попит та пропозиція на ринку туристичних послуг. Зони туристичного попиту.
10. Туристичні підприємства як суб'єкти ринку туристичних послуг.
11. Сегментація ринку туристичних послуг.
12. Формування ринку туристичних послуг.
13. Етапи становлення ринку туристичних послуг.
14. Етапи розвитку ринку туристичних послуг.
15. Основні тенденції ринку туристичних послуг.
16. Конкурентоспроможність туристичного ринку.
17. Конкурентоспроможність ринку туристичних послуг України
18. Сутність і чинники формування національного ринку туристичних послуг.
19. Характеристика типів національних ринків.
20. Класифікаційні ознаки туристичного ринку.
21. Типологічні ознаки національних туристичних ринків.
22. Методика макрорегіональних досліджень туристичного ринку.
23. Методика дослідження національного туристичного ринку.
24. Оцінка умов і чинників функціонування національного туристичного ринку.
25. Комплексний аналіз рівня розвитку національного ринку.
26. Визначення напрямів розвитку туристичного ринку, стимулювання ринкової діяльності.
27. Методика геомаркетингового аналізу туристичного підприємства.
28. Сегментація ринку туристичних послуг.
29. Послідовність інформаційного забезпечення маркетингових досліджень.
30. Етапи дослідження ринку.
31. Обґрунтування і вибір маркетингової політики.
32. Оцінка ефективності маркетингової політики туристичного підприємства.
33. Класифікація умов і чинників формування попиту.
34. Структура витрат туриста.
35. Характеристика основних сегментів туристичного попиту.
36. Тип і характерні ознаки поведінки споживачів туристичних послуг.
37. Основні принципи сегментації ринку туристичного попиту.
38. Характеристика основних сегментів ринку попиту.
39. Територіальна диференціація та концентрація туристичного попиту.
40. Генеруючі та реципієнтні ринки.
41. Мотиваційні групи споживачів за ціннісними туристичними пріоритетами.
42. Особливості туристичного освоєння
43. Зони туристичного споживання.

44. Структура світового ринку послуг.
45. Ринок послуг в структурі світового господарства.
46. Характеристика суб'єктів туристичного ринку.
47. Головні риси туристичного попиту.
48. Типи сезонних концентрацій туристичного попиту на ринку туристичних послуг.
49. Ринковий рівновага і механізм попиту та пропозиції.
50. Міжнародні організації та співробітництво на ринку туристичних послуг.
51. Сучасні тенденції українського ринку туристичних послуг.
52. Механізм обігу коштів на ринку туристичних послуг.
53. Особливості обігу інформації на ринку турпослуг.
54. Маркетинг туристичного ринку.
55. Кон'юнктура як інструмент оцінки стану ринкового середовища.
56. Конкурентоспроможність турпродукту.
57. Оцінка конкурентоспроможності України на субрегіональному ринку.
58. Конкурентні позиції України на туристичному ринку країн Центральної та Східної Європи.
59. Сутність туристичного споживання.
60. Обсяг і структура туристичного споживання.
61. Співвідношення попиту і пропозиції. Правило Вальраса.
62. Основні показники, що характеризують туристичний процес на світовому господарському рівні.
63. Комплексний аналіз рівня розвитку національного ринку туристичних послуг.
64. Умови та чинники формування кон'юнктури ринків різного рівня.
65. Механізм регулювання ринку туристичних послуг.
66. Індустрія туризму та характеристика її складових.
67. Територіальна організація індустрії туризму та її елементів.
68. Структура туристичного ринку України.
69. Схема функціонування ринку туристичних послуг.

VI. Шкала оцінювання

Оцінка в балах за всі види навчальної діяльності	Оцінка
90 – 100	Відмінно
82 – 89	Дуже добре
75 – 81	Добре
67 – 74	Задовільно
60 – 66	Достатньо
1 – 59	Незадовільно

VI. Рекомендована література та інтернет-ресурси

Основна

1. Горіна Г.О. Світовий ринок туристичних послуг [Текст] : конспект лекцій / Г.О. Горіна ; ДонНУЕТ. – Кривий Ріг, 2016. – 110 с.
2. Гонтаржевська Л.І. Ринок туристичних послуг в Україні / Л.І. Гонтаржевська. – Донецьк: Східний видавничий дім, 2018. – 180 с.
3. Дмитриев М.Н. Экономика туристского рынка: учебник для вузов / М.Н. Дмитриев, М.Н. Забаева, Е.Н. Малыгина. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : ЮНИТИ, 2010. – 311 с.
4. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу / Л. П. Дядечко. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 224 с
5. Любіцева О.О. Потенціал рекреаційний // Екологічна енциклопедія: у 3 т. / редколегія:

А.В. Толстоухов (гол.ред.) та ін. / О.О. Любіцева. – К.: – ТОВ «Центр екологічної освіти та інформації», 2008. – Т. 3: О-Я. – С. 129-130.

6. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). – К.: Альтерпрес, 2016. – 436 с.

7. Любіцева О. Туристичні ресурси України: навч. посібник / О. Любіцева, Є. Панкова, В. Стафійчук. – К.: Альтерпрес, 2017. – 369 с.

8. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика : навч. посіб. / М. П. Мальська, В. В. Худо. – Київ : ЦУЛ, 2007. – 424 с.

9. Мальська М. П. Особливості туристичних послуг: проблеми пов'язані з їх просуванням / М. П. Мальська, Ю. С. Занько // Географія і туризм: європейський досвід. Матеріали II міжнар. наук. конф. – (Львів–Славське, 25–28 вересня 2008 р.). – Львів : Вид. центр ЛНУ, 2008. – С. 87–89.

11. Мальська М. П. Організація туристичного обслуговування : підручник / М. П. Мальська, В. В. Худо, Ю. С. Занько. – К. : Знання, 2011. – 275 с.

13. Мальська М. П. Актуальні проблеми управління туристичною індустрією: навчальний посібник / М. П. Мальська, І. С. Пурська. – Львів : Вид. центр ЛНУ, 2016. – 78 с.

15. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: Монографія. За заг. ред. проф. В.Г. Герасименка. – Одеса : Астропринт, 2016. – 335 с.

16. Тарасено А.И. Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности туристической дестинации : учеб.-метод. пособие / А. И. Тарасенок. – Минск : РИПО, 2014. – 144 с.

17. Федорченко В.К. Туризмоліогія: концептуальні засади теорії туризму : монографія / В. К. Федорченко, В. С. Пазенок, О. А. Кручек, М. П. Мальська та ін. / К. : ВЦ «Академія», 2013. – 368 с.

Додаткова

1. Барчукова Н.С. Международное сотрудничество государств в области туризма.-М.: Экономика, 2006.- 284 с.

2. Браймер Роберт А. Основы управления в индустрии гостеприимства.-М.: Аспект Пресс, 1995. - 416 с.

3. Волошин Н.И. Правовое регулирование туристской деятельности: Учеб.пособие.- М.: Финансы и статистика, 1998.- 120 с.

4. Герасименко В.Г. Основы туристского бизнеса. Учебн. пособие. – Одесса, «Черноморье», 1997. – 160 с.

5. Дурович А.П., Копанев А.С. Маркетинг в туризме. Учебное пособие. – Минск, Экономпресс, 1998. – 400 с.

6. Євдокименко В.К. Регіональна політика розвитку туризму: Методологія формування, механізм реалізації / Ін-т регіон. досліджень НАН України.-Чернівці: Прут, 1995.- 118 с.

7. Квартальнов В.А., Романов А.А. Международный туризм: политика развития: Учебн. пособие.- М.: Советский спорт, 1998.- 145 с.

8. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник.- М.: Финансы и статистика, 2000.- 320 с.

9. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В. Основы маркетинга: Пер.с англ.-2-е европ.изд.- М.; СПб; К.: Издат.дом Вильямс, 1999.- 1152 с.

10. Мацола В.І. Рекреаційно-туристський комплекс України / Ін-т регіон. досліджень НАН України.- Львів, 1997.- 259 с.

11. Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: Збірник нормативно-правових актів / Під заг.ред. проф. В.К. Федорченка; Київ.ун-т туризму, економіки і права.- К.: Юрінком Інтер, 2002.- 640 с.

12. Терещук О.С. Ринок туристичних послуг: методичні рекомендації / Оксана Степанівна Терещук. – Луцьк. ПП Іванюк В. П., 2014. – 48 с.

13. Терещук О.С. Лисюк Т.В. Ринок туристичних послуг: інновації в екскурсійній і музейній діяльності. Індустрія туризму й сфера гостинності в Україні та світі: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку: матеріали II міжнародної науково-практичної конференції з

нагоди 80-річчя Волинського національного університету імені Лесі Українки (м. Луцьк, 28 жовтня 2020 р.) / відпов. ред. Л. В. Ільїн. Луцьк : ПП Іванюк, 2020. С. 209-213.

14. Терещук О.С. Інноваційні форми екскурсійної і музейної діяльності на ринку туристичних послуг / О.С. Терещук, Т.В. Лисюк Д. В. Запара // Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології моделі: колективна монографія. Видання четверте / за наук. ред. проф. Волошина І.М. та проф. Матвійчук Л.Ю. – Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2018. – С. 55-71.

15. Туристский терминологический словарь: Справочно-методическое пособие / Авт.-сост. И.В.Зорин, В.А.Квартальнов.-М.: Советский спорт, 1999.- 664 с.

16. Экономика современного туризма. Рыночное регулирование. Основы управления и маркетинг. Бухгалтерский учет и налогообложение (под ред. Г.А.Карповой).- М.-СП: изд. Торг. дом «Герда», 1998. – 312 с.

Інформаційні ресурси

1. Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws>.
2. Національна туристична організація України [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.ntoukraine.org
3. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www. world-tourizm.org](http://www.world-tourism.org).
4. Офіційний сайт Міністерства культури та інформаційної політики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.mincult.kmu.gov.ua.
5. Офіційний сайт туристичних виставок в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.autoexpo.ua/ex/toursalon.
6. Статистична інформація Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
7. Eurostat [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/>.
15. International Trade Statistic [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wto.org>.
8. The Harvard Business Review [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hbr.org>
9. The Global Competitiveness Report [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.weforum.org/reports>.
10. The World's Biggest Public Companies [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.forbes.com/global2000/list>.
11. World Trade Report [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wto.org>.