

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ

В. о. директора навчально-наукового
інституту міжнародних відносин ім.
Б.Д. Гаврилишина

Людмила ГАВРИЛЮК-ЄНСЕН
«__» _____ 2024 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-педагогічної
роботи

Віктор ОСТРОВЕРХОЕ
«__» _____ 2024 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор навчально-наукового
інституту новітніх освітніх технологій
Святослав ПИТЕЛЬ

«__» _____ 2024 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА

з дисципліни

«Кон'юнктура туристичного ринку»

Ступінь вищої освіти – Бакалавр

Галузь знань – 24 Сфера обслуговування

Спеціальність – 242 Туризм і рекреація

Освітньо-професійна програма – Туризм

Кафедра міжнародного туризму і готельного бізнесу

Форма навчання	Курс	Семестр	Лекції (год.)	Практичні (год.)	ІРС, год.	Тренінг, год.	Самостійна робота студ., год.	Разом, год.	Залік (семестр)	Екзамен (семестр)
Денна	3	6	46	30	5	10	59	150	-	6
Заочна	3	6	8	4	-	-	138	150	-	6

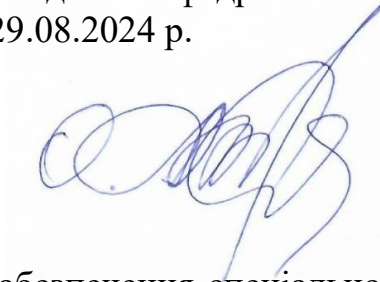
ТЕРНОПІЛЬ
2024

Робоча програма складена на основі освітньо-професійної програми підготовки бакалавра галузі знань 24 Сфера обслуговування, спеціальності 242 Туризм і рекреація затвердженої Вченою Радою ЗУНУ (протокол №11 від 26.06.2022 року).

Робочу програму склала доцент кафедри міжнародного туризму і готельного бізнесу, к.е.н., доцент Наталія ФАЛОВИЧ

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри міжнародного туризму і готельного бізнесу, протокол № 1 від 29.08.2024 р.

Зав. кафедри
к.е.н., доцент



Оксана ГУГУЛ

Розглянуто та схвалено групою забезпечення спеціальності 242 Туризм і рекреація № 2 від 30.08.2024 р.

Голова групи
забезпечення спеціальності
к.е.н., проф.



Володимир МАЗУР

Гарант ОПП
к.е.н., проф.



Володимир МАЗУР

**СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Кон'юнктура туристичного ринку»**

1. Опис дисципліни «Кон'юнктура туристичного ринку»

Дисципліна – Кон'юнктура туристичного ринку	Галузь знань, спеціальність, СВО	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань – 24 Сфера обслуговування	Дисципліна з обов'язкового циклу Мова навчання -Українська
Кількість залікових модулів - 5	Спеціальності – 242 Туризм і рекреація Освітньо-професійна програма Туризм	Рік підготовки: денна – 3 заочна - 3 Семестр: денна – 6 заочна - 6
Кількість змістових модулів - 2	Ступінь вищої освіти –бакалавр	Лекції: Денна - 46 год; Заочна - 8 год. Практичні заняття: Денна - 30 год; Заочна – 4 год.
Загальна кількість годин - 150		Самостійна робота: Денна - 59 год Заочна - 138 год. Індивідуальна робота Денна– 5 год. Заочна- - Тренінг: Денна- 10 Заочна- -
Тижневих годин: денна – 8 год., аудиторних– 3 год.		Вид підсумкового контролю: Денна– екзамен Заочна- екзамен

1. Мета та завдання дисципліни «Кон'юнктура туристичного ринку»

2.1. Мета вивчення дисципліни

Метою навчальної дисципліни «Кон'юнктура туристичного ринку» є набуття у здобувачів вищої освіти освітнього ступеня бакалавр загальних та фахових компетентностей щодо теоретичних, організаційних, практичних навичок виробити стратегічний напрям вивчення сутності і розуміння ринку та організації туристично-готельної справи, визначення умов його становлення й розвитку пріоритетних форм підприємницької діяльності в даній галузі.

2.2. Завдання вивчення дисципліни

Завдання дисципліни полягає у з'ясуванні суті туризму як суспільного явища, вивчити економічні основи туристичної діяльності, познайомитися з факторами розвитку туристичного ринку, розглянути принципи розвитку і функціонування туристично- готельного підприємництва, зрозуміти специфіку індустрії туризму, ознайомитися із структурно-логічною схемою дослідження туристичного ринку, вивчити кон'юнктуру світового ринку туристичних і готельно- ресторанних послуг, ознайомитися з нормативно-правовими основами регулювання туристичної діяльності.

2.3. Найменування та опис компетентностей, формування котрих забезпечує вивчення дисципліни:

СК3.Здатність аналізувати рекреаційно –туристичний потенціал територій.

СК4. Здатність аналізувати діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління.

СК5. Розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів.

СК7.Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту.

2.4. Передумови для вивчення дисципліни.

Вивчення дисципліни передбачає цілеспрямованої роботи над вивченням спеціальної літератури, активної роботи на лекціях та практичних заняттях, самостійної роботи.

2.5. Результати навчання:

ПР 03. Знати і розуміти основні форми і види туризму, їх поділ.

ПР 04. Пояснювати особливості організації рекреаційно-туристичного простору.

ПР 05. Аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал територій.

ПР 15. Проявляти толерантність до альтернативних принципів та методів виконання професійних завдань.

ПР 18. Адекватно оцінювати свої знання і застосовувати їх в різних професійних ситуаціях.

ПР 19. Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань.

ПР 20. Виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання.

3. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1

Теоретичні основи формування ринку туристичних та готельно-ресторанних послуг.

Тема 1. Туризм як суспільне явище. Ринок туристичних послуг.

Соціокультурні явища і феномени: сутнісні ознаки. Туризм як суспільне явище і об'єкт дослідження. Туризм як системоутворюючий фактор комплексного розвитку сфери послуг. Класифікація туризму і туристичної діяльності. Ринок туристичних послуг та його територіальна організація.

Структура та типологія національних туристичних ринків.

Тема 2. Індустрія туризму – основа розвитку туристичного ринку.

Індустрія туризму як економічна категорія. Індустрія туризму – основа розвитку національного ринку туристичних послуг. Структура та територіальна організація індустрії туризму.

Вплив глобалізації на організаційні форми управління в індустрії туризму. Передумови розвитку теорії конкретних переваг в індустрії туризму. Інтеграційні процеси в управлінні організаціями індустрії туризму.

Тема 3. Економічні засади функціонування туристичного бізнесу.

Послуги туризму: їх сутність і специфіка. Поняття та значення туристичного бізнесу в економіці. Особливості туристичного ринку як ринку послуг.

Стратегічний маркетинг в туризмі.

Тема 4. Туристично-готельне підприємництво.

Еволюція підприємств індустрії відпочинку.

Сучасні тенденції розвитку туристичної галузі. Сучасні тенденції розвитку готельної індустрії. Стан розвитку туризму і готельного бізнесу в Україні.

Тема 5. Соціально-економічні фактори формування туристичного ринку

Сучасний стан світового туристичного ринку і фактори його розвитку. Умови та фактори формування попиту. Фактори розвитку ринку туристичних послуг.

Систематизація та територіальна організація ринку туристичного попиту.
Тур як основний ринковий продукт.

Змістовний модуль 2

Регуляторні механізми ринку туристичних та готельно-ресторанних послуг

Тема 6. Структурно-логічна схема дослідження туристичного ринку

Структурно-логічна схема геопросторового дослідження туристичного ринку.

Методика макрорегіональних досліджень туристичного ринку. Методика дослідження національного туристичного ринку. Методика геомаркетингового аналізу туристичного підприємства.

Тема 7. Функціонування та диверсифікація туристичного ринку світу.

Теоретичний аспект міжнародної торгівлі туристичними послугами.

Закономірності функціонування туристичного ринку.

Регіональні особливості споживання туристичних послуг. Тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг на кінець XX ст.

Тема 8: Кон'юнктура ринку туристичних та готельно-ресторанних послуг.

Суть кон'юнктури міжнародного ринку туристичних і готельно-ресторанних послуг. Фактори, що впливають на кон'юнктуру міжнародного ринку туризму. Система показників оцінки кон'юнктури.

Характеристика особливостей комерційної діяльності підприємства на міжнародному ринку туристичних і готельно-ресторанних послуг. Вивчення кон'юнктури ринку туристичних і готельно-ресторанних послуг України на тлі світового ринку туристичних послуг.

Тема 9. Міжнародне регулювання ринку туристичних та готельно-ресторанних послуг.

Роль міжнародних організацій в регулюванні туристичної діяльності.

Міжнародні туристичні заходи.

Інструменти регулювання міжнародної туристичної діяльності. Міжнародні акти, які регулюють туристичну діяльність. Міжнародні команди в організації індустрії туризму.

Тема 10. Державна політика регулювання туризму в Україні

Державне регулювання туристичного бізнесу в Україні. Принципи і цілі

державного регулювання туристичної діяльності.

Державні органи регулювання туризму. Нормативно-правова база туристичної діяльності в Україні. Регуляторні механізми ринку туристичних послуг в державі.

Тема 11. Регіональні особливості споживання туристичних послуг.

Туристичне споживання як результат ринкової діяльності. Обсяг туристичного споживання. Структура туристичного споживання. Етапи витрат туриста. Схема реалізації туристських послуг і товарів у міжнародному туризмі. Співвідношення попиту й пропозиції. Правило Вальраса. Стан рівноваги на ринку турпослуг.

Макрорегіональний аналіз туристичного споживання. Показники розвитку міжнародного туризму. Динаміка міжнародних туристичних потоків. Регіональна структура туризму. Розподіл туристичних потоків по материках. Прогноз обсягів міжнародних туристичних потоків у розрізі регіонів Всесвітньої туристичної організації. Субрегіональна структура європейського туристичного процесу. Провідні туристичні країни світу. Регіональна структура міжнародного туризму.

Споживання туристичних послуг в Україні. Динаміка і структура міжнародних туристичних потоків України. Динаміка, структура і співвідношення міжнародних туристичних потоків України. Динаміка внутрішнього туризму в Україні.

Тема 12. Закономірності функціонування туристичного ринку.

Дії загальних законів у туризмі. Особливості сучасного туристичного процесу. Закономірності формування ринку туристичних послуг. Модель збалансованого функціонування туристичного ринку.

Туризм як геопросторовий процес, його специфічні ознаки. Суспільно-географічні закони і закономірності в туризмі. Закономірності геопросторової організації туристичного ринку. Структурно-функціональна модель туристичного ринку.

4. Структура навчальної дисципліни «Кон'юнктура туристичного ринку»

	Кількість годин					
	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота	Індивідуальна робота	Тренінг	Контрольні заходи
Змістовий модуль 1 Теоретичні основи формування ринку туристичних та готельно-ресторанних послуг.						
Тема 1. Туризм як суспільне явище. Ринок туристичних послуг.	2	2	5			

Тема 2. Індустрія туризму – основа розвитку туристичного ринку.	4	2	5	2	5	Поточне опитування Тестування
Тема 3. Економічні засади функціонування туристичного бізнесу.	4	2	4			
Тема 4. Туристично-готельне підприємництво.	4	2	5			
Тема 5. Соціально-економічні фактори формування туристичного ринку	4	2	5			
Змістовний модуль 2 Регуляторні механізми ринку туристичних та готельно-ресторанних послуг						
Тема 6. Структурно-логічна схема дослідження туристичного ринку	4	2	5	3	5	Поточне опитування Тестування
Тема 7. Функціонування та диверсифікація туристичного ринку світу.	4	4	5			
Тема 8. Кон'юнктура ринку туристичних та готельно-ресторанних послуг.	4	2	5			
Тема 9. Міжнародне регулювання ринку туристичних та готельно-ресторанних послуг.	4	2	5			
Тема 10. Державна політика регулювання туризму в Україні	4	2	5			
Тема 11. Регіональні особливості споживання туристичних послуг.	4	4	5			
Тема 12. Закономірності функціонування туристичного ринку.	4	4	5			
Всього 150 год з них:	46	30	59			

Заочна форма

	Кількість годин		
	Лекції	Практичні	СРС

Змістовий модуль 1			
Теоретичні основи формування ринку туристичних та готельно-ресторанних послуг.			
Тема 1. Туризм як суспільне явище. Ринок туристичних послуг.	2	-	20
Тема 2. Індустрія туризму – основа розвитку туристичного ринку.	-	-	18
Тема 3. Економічні засади функціонування туристичного бізнесу.	-	-	10
Тема 4. Туристично-готельне підприємництво.	-	-	10
Тема 5. Соціально-економічні фактори формування туристичного ринку.	2	2	10
Змістовний модуль 2			
Регуляторні механізми ринку туристичних та готельно-ресторанних послуг			
Тема 6. Структурно-логічна схема дослідження туристичного ринку.	2	-	20
Тема 7. Функціонування та диверсифікація туристичного ринку світу.	-	-	10
Тема 8. Кон'юнктура ринку туристичних та готельно-ресторанних послуг..	-	-	10
Тема 9. Міжнародне регулювання ринку туристичних та готельно-ресторанних послуг.	-	-	10
Тема 10. Державна політика регулювання туризму в Україні.	2	2	10
Тема 11. Регіональні особливості споживання туристичних послуг.			10
Тема 12. Закономірності функціонування туристичного ринку.			10

5. Тематика практичних занять

Практичне заняття 1

Тема: Туризм як суспільне явище. Ринок туристичних послуг.

Мета: закріпити знання предмету, об'єкту, мети та завдань курсу.

Питання для обговорення:

1. Соціокультурні явища і феномени: сутнісні ознаки.
2. Туризм як суспільне явище і об'єкт дослідження.
3. Туризм як системоутворюючий фактор комплексного розвитку сфери послуг.
4. Класифікація туризму і туристичної діяльності.
5. Ринок туристичних послуг та його територіальна організація.
6. Структура та типологія національних туристичних ринків.

Практичне заняття 2

Тема: Індустрія туризму – основа розвитку туристичного ринку.

Мета: опанування знаннями з основ розвитку туристичного ринку..

Питання для обговорення:

1. Індустрія туризму як економічна категорія.
2. Індустрія туризму – основа розвитку національного ринку туристичних послуг.
3. Структура та територіальна організація індустрії туризму.
4. Вплив глобалізації на організаційні форми управління в індустрії туризму.
5. Передумови розвитку теорії конкретних переваг в індустрії туризму. Інтеграційні процеси в управлінні організаціями індустрії туризму.

Практичне заняття 3

Тема: . Економічні засади функціонування туристичного бізнесу.

Мета: вивчення .основ функціонування туристичного бізнесу.

Питання для обговорення:

1. Послуги туризму: їх сутність і специфіка. Поняття та значення туристичного бізнесу в економіці. Особливості туристичного ринку як ринку послуг.
2. Стратегічний маркетинг в туризмі.

Практичне заняття 4

Тема: Туристично-готельне підприємництво.

Мета: набуття практичних навичок щодо туристично-готельного

підприємництва.

Питання для обговорення:

1. Еволюція підприємств індустрії відпочинку.
2. Сучасні тенденції розвитку туристичної галузі.
3. Сучасні тенденції розвитку готельної індустрії.
4. Стан розвитку туризму і готельного бізнесу в Україні.

Практичне заняття 5

Тема: Соціально-економічні фактори формування туристичного ринку.

Мета: *набуття практичних навичок вивчення соціально-економічних факторів формування туристичного ринку.*

Питання для обговорення:

1. Сучасний стан світового туристичного ринку і фактори його розвитку. Умови та фактори формування попиту.
2. Фактори розвитку ринку туристичних послуг.
3. Систематизація та територіальна організація ринку туристичного попиту.
4. Тур як основний ринковий продукт.

Практичне заняття 6

Тема: Структурно-логічна схема дослідження туристичного ринку.

Мета: *набуття практичних навичок дослідження туристичного ринку.*

Питання для обговорення:

1. Структурно-логічна схема геопросторового дослідження туристичного ринку.
2. Методика макрорегіональних досліджень туристичного ринку.
3. Методика дослідження національного туристичного ринку.
4. Методика геомаркетингового аналізу туристичного підприємства.

Практичне заняття 7,8

Тема: Функціонування та диверсифікація туристичного ринку світу.

Мета: *набуття практичних навиків з визначення функціонування та диверсифікації туристичного ринку світу.*

Питання для обговорення:

1. Теоретичний аспект міжнародної торгівлі туристичними послугами.
2. Закономірності функціонування туристичного ринку.

3. Регіональні особливості споживання туристичних послуг.
4. Тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг на кінець ХХ ст.

Практичне заняття 9

Тема: Кон'юнктура ринку туристичних та готельно-ресторанних послуг.

Мета: *набуття практичних навиків з визначення кон'юнктури ринку туристичних та готельно-ресторанних послуг.*

Питання для обговорення:

1. Суть кон'юнктури міжнародного ринку туристичних і готельно-ресторанних послуг.
2. Фактори, що впливають на кон'юнктуру міжнародного ринку туризму. Система показників оцінки кон'юнктури.
3. Характеристика особливостей комерційної діяльності підприємства на міжнародному ринку туристичних і готельно-ресторанних послуг.
4. Вивчення кон'юнктури ринку туристичних і готельно-ресторанних послуг України на тлі світового ринку туристичних послуг.

Практичне заняття 10

Тема: Міжнародне регулювання ринку туристичних та готельно-ресторанних послуг.

Мета: *набуття практичних навиків з міжнародного регулювання ринку туристичних та готельно-ресторанних послуг.*

Питання для обговорення:

1. Роль міжнародних організацій в регулюванні туристичної діяльності.
2. Міжнародні туристичні заходи.
3. Інструменти регулювання міжнародної туристичної діяльності.
4. Міжнародні акти, які регулюють туристичну діяльність.
5. Міжнародні команди в організації індустрії туризму.

Практичне заняття 11

Тема: Державна політика регулювання туризму в Україні

Мета: *набуття практичних навиків державної політики регулювання туризму в Україні.*

Питання для обговорення:

1. Державне регулювання туристичного бізнесу в Україні.
2. Принципи і цілі державного регулювання туристичної діяльності.
3. Державні органи регулювання туризму.
4. Нормативно-правова база туристичної діяльності в Україні.
5. Регуляторні механізми ринку туристичних послуг в державі.

Практичне заняття 12, 13

Тема: Регіональні особливості споживання туристичних послуг.

Мета: *набуття практичних навиків дослідження регіональних особливостей споживання туристичних послуг.*

Питання для обговорення:

1. Туристичне споживання як результат ринкової діяльності.
2. Обсяг туристичного споживання. Структура туристичного споживання. Етапи витрат туриста.
3. Схема реалізації туристських послуг і товарів у міжнародному туризмі. Співвідношення попиту й пропозиції. Правило Вальраса.
4. Стан рівноваги на ринку турпослуг.
5. Макрорегіональний аналіз туристичного споживання. Показники розвитку міжнародного туризму.
6. Динаміка міжнародних туристичних потоків. Регіональна структура туризму. Розподіл туристичних потоків по материках.
7. Прогноз обсягів міжнародних туристичних потоків у розрізі регіонів Всесвітньої туристичної організації.
8. Субрегіональна структура європейського туристичного процесу.
9. Провідні туристичні країни світу. Регіональна структура міжнародного туризму.
10. Споживання туристичних послуг в Україні. Динаміка і структура міжнародних туристичних потоків України. Динаміка, структура і співвідношення міжнародних туристичних потоків України. Динаміка внутрішнього туризму в Україні.

Практичне заняття 14, 15

Тема: Закономірності функціонування туристичного ринку.

Мета: *набуття практичних навиків дослідження закономірності функціонування туристичного ринку.*

Питання для обговорення:

1. Дії загальних законів у туризмі.
2. Особливості сучасного туристичного процесу.
3. Закономірності формування ринку туристичних послуг.
4. Модель збалансованого функціонування туристичного ринку.
5. Туризм як геопросторовий процес, його специфічні ознаки.
6. Суспільно-географічні закони і закономірності в туризмі.
7. Закономірності геопросторової організації туристичного ринку.
8. Структурно-функціональна модель туристичного ринку.

6. Самостійна робота студентів

Самостійна робота як основна форма засвоєння студентом навчального матеріалу в час, вільний від обов'язкових занять та без участі викладача,

передбачає особистісно-орієнтовану організацію самоосвіти студента.

Студенти мають можливість самостійно опрацьовувати навчальний матеріал у бібліотеці, навчальних кабінетах і комп'ютерних класах з використанням мережі Інтернет, а також у домашніх умовах (при отриманні відповідного пакету навчально-методичної літератури та електронних курсів у системі MOODLLE).

На самостійну роботу кожному студенту пропонується написати реферат на одну із запропонованих тем:

1. Інфраструктура ринку турпослуг.
2. Роль страхування у формуванні турдіяльності фірми.
3. Опишіть, що відбудеться на ринку туристичних послуг, якщо в поточному році передбачено зростання інфляції.
4. Реклама як маркетинговий засіб на ринку турпослуг.
5. Чинники, що впливають на попит та пропозицію ринку туристичних послуг.
6. Провести комплексний (маркетинговий) аналіз діяльності туристичного підприємства за власним вибором.
7. Транспортні послуги у формуванні портфеля турфірми.
8. Дати характеристику ринку туристичних послуг як системи. Правило Вальраса.
9. Визначити зовнішні чинники, що впливають на розвиток національного ринку туристичних послуг.
10. Ціноутворення як компонент маркетингу в наданні турпослуг.
11. Визначити умови, які турфірма враховує при наданні послуг.
12. Визначити конкурентоспроможність туристичного підприємства (за власним вибором) методом SWOT-аналізу.
13. Визначити умови життєвого циклу турпродукту.
14. Як формується цінова політика турпідприємства?
15. Розкрити зміст туристичних ресурсів Тернопільської області.
16. Види транспорту, що безпосередньо задіяні в наданні турпослуг.
17. Сформулювати стан рівноваги на ринку турпослуг.
18. Визначити структуру туристичних підприємств Тернопільщини за формами власності.
19. Умови ринкового середовища туристичної діяльності.
20. Стиль життя як інтегральний чинник туристичного попиту.
21. Визначити точку беззбитковості туристичної фірми на умовному прикладі.
22. Прояв глобалізаційних процесів в індустрії туризму.
23. Принципи та методика розробки туру.
24. Визначити стан турпослуг в Україні за геомаркетинговою орієнтацією.
25. Обґрунтування та вибір маркетингової стратегії турфірми.
26. Туроператори і турагенції як типи туристичних підприємств.
27. Розробити схему маршрутно-стаціонарного туру і визначити його форму (за власним вибором).
28. Типи поведінки споживачів туристичних послуг.
29. Типологічні ознаки національних туристичних ринків.

30. Розрахувати прогноз реалізації турів на травень наступного року на умовному прикладі.

7. Тренінг з дисципліни «Кон'юнктура туристичного ринку»

Метою тренінгу з навчальної дисципліни є формування у студентів практичних, професійних та особистісних компетентностей, котрі забезпечує вивчення даної дисципліни.

Тренінг спрямований на вирішення таких завдань: ознайомлення зі методами застосування засвоєння теоретичних знань і вироблених умінь; формування навичок практичної реалізації теоретичного навчання; з'ясування проблемних питань; підготовка до підсумкового модульного контролю.

Кожна частина тренінгу має своє змістовне наповнення, що впорядковується відповідно до певних правил: подання нової інформації та її обґрунтування відповідно до цілей тренінгу; аналіз складових наданої інформації, виділення проблеми, характеристика її впливу на поточну або майбутню діяльність; пошуки шляхів вирішення проблеми, покращення чи модернізації діяльності; аналіз запропонованих рішень та вироблення пропозицій щодо їх втілення; аналіз суб'єктивних вражень учасників та їх бачення ефективності отриманих результатів.

Порядок проведення тренінгу

1. **Вступна частина** проводиться з метою ознайомлення студентів з темою тренінгового заняття.

2. **Організаційна частина** полягає у створенні робочого настрою у колективі студентів, визначенні правил проведення тренінгового заняття. Можлива наявність роздаткового матеріалу у вигляді таблиць, бланків документів.

3. **Практична частина** реалізовується шляхом виконання завдань у групах студентів у кількості 3-5 осіб з певних проблемних питань теми тренінгового заняття.

4. **Підведення підсумків.** Обговорюється результати виконаних завдань у групах. Обмін думками з питань, які виносились на тренінгові заняття.

Тематика тренінгу:

Інноваційні технології організації туристичного ринку.

Завдання тренінгу:

1. Визначити конкурентоспроможність туристичного підприємства (за власним вибором) методом SWOT-аналізу.
2. Розкрити зміст туристичних ресурсів Тернопільської області.

8. Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

У процесі вивчення дисципліни «Кон'юнктура туристичного ринку»

використовуються наступні засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

- стандартизовані тести;
- поточне опитування;
- командні проекти;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- оцінювання результатів самостійної роботи та завдань тренінгу;
- студентські презентації та виступи на наукових заходах;
- інші види індивідуальних та групових завдань.

9. Критерії, форми поточного та підсумкового контролю

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни «**Кон'юнктура туристичного ринку**» визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3	Модуль 4	Модуль 5
10%	10%	10%	10%	5%	15%	40%
Поточне оцінювання	Модульний контроль 1	Поточне оцінювання	Модульний контроль 2	Тренінги	Самостійна робота	Екзамен
Оцінка за даний модуль визначається як середнє арифметичне за роботу на практичних заняттях № 1-5.	Підсумкова письмова робота за темами № 1-5.	Оцінка за даний модуль визначається як середнє арифметичне за роботу на практичних заняттях № 6-12.	Підсумкова письмова робота за темами № 6-12.	Визначається як середнє арифметичне за виконання завдань тренінгу.	Визначається як середнє арифметичне за виконання завдань самостійної роботи.	Два теоретичні питання по 30 балів. Практичне завдання – 40 балів

Шкала оцінювання:

За шкалою ЗУНУ	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90–100	відмінно	A (відмінно)
85–89	добре	B (дуже добре)
75-84		C (добре)
65-74	задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35-59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)

10. Інструменти, програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

№	Найменування	Номер теми
1.	Електронний варіант методичних вказівок з дисципліни «Кон'юнктура туристичного ринку»	1-12
2.	Електронний варіант лекцій	1-12

3.	Індивідуальні завдання для самостійного виконання (електронний варіант)	1-12
4.	Система moodle.wunu.edu.ua	1-12

Рекомендовані джерела інформації:

1. Бабич Ю. П., Примак Т. Ю. Сучасні методи просування та стимулювання збуту туристичних продуктів за допомогою соціальних мереж. *Економіка та суспільство*. 2020. № 22. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/131/126>.
2. Бабікова К. О. Формування еколого-економічного механізму збалансованого розвитку рекреаційного туризму в контексті євроінтеграції. *Ефективна економіка*. 2021. № 6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2021/72.pdf.
3. Бардаш С. В., Петрук О. М. Ідентифікація фінансового потенціалу франчайзингової туристичної мережі: гносеологічний дискурс. *Економіка, управління та адміністрування*. 2021. № 1(95). С. 69–75. URL: <http://ema.ztu.edu.ua/article/view/228964>.
4. Білоус С. В., Красько А. Б., Безручко Л. С. Підвищення конкурентних переваг готельно-ресторанних та туристичних підприємств за допомогою методів менеджменту. *Економіка та суспільство*. 2021. № 23. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/162/156>.
5. Бірюкова Ю. А. Розвиток туристичного готельного бізнесу в рамках моделі державно-приватного партнерства. *Ефективна економіка*. 2021. № 6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2021/205.pdf.
6. Бовкун О. А. Концептуальні основи стратегічного планування маркетингової діяльності суб'єктів господарювання. *Бізнес-навігатор*. 2019. № 1. С. 54–58. URL: http://www.business-navigator.ks.ua/journals/2019/50_2019/12.pdf.
7. Бойко М., Бовш Л., Охріменко А. Кризостійкість туристичного бізнесу в умовах воєнного стану. *Товари і ринки*. 2022. № 2. С. 31–47.
8. Брич В. Я., Охота В. І. Основні фактори впливу на функціонування готельно-ресторанних комплексів та туризму в Україні. *Економіка & держава*. 2018. № 8. С. 9–12.
9. Бунтова Н. В. Закордонний досвід використання культурно-історичної спадщини для формування ексклюзивного готельного продукту. *Бізнеснавігатор*. 2020. № 4. С. 13–18. URL: http://businessnavigator.ks.ua/journals/2020/60_2020/4.pdf.
10. Васильців Т. Г., Лупак Р. Л., Рудковський О. В., Беліков С. О. Стан та тенденції розвитку туристичного комплексу в контексті забезпечення економічної безпеки України. *Економіка & держава*. 2019. № 9. С. 17–25.
11. Вітер О. М., Килин О. В., Свелеба Н. М. Державна підтримка бізнесу в умовах викликів XXI століття. *Бізнес-навігатор*. 2021. № 2. С. 32–35. URL: http://www.business-navigator.ks.ua/journals/2021/63_2021/8.pdf.
12. Гавдей С. В. Формування новітніх чинників розвитку туристичної галузі в умовах пандемії. *Економіка та суспільство*. 2020. № 22. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/133/128>.

13. Гненний О. М., Чаркіна Т. Ю., Полішко Т. В., Гребенюк Г. М., Пікуліна О. В. Інструментарій антикризового управління туристичного та готельно-ресторанного бізнесу. *Економіка та держава*. 2021. № 4. С. 18–22. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/4_2021/5.pdf.
14. Гончар Л. О., Беляк А. О. Нормативно-правове регулювання діяльності підприємств готельно-ресторанного і туристичного бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2021. № 26. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/332/317>.
15. Гуменюк А. М. Порівняльний аналіз сучасних підходів до визначення сутності поняття «сфера гостинності». *Інвестиції: практика та досвід*. 2022. № 1. С. 55–60. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/1_2022/10.pdf.
16. Живко З., Лелюк Н., Родченко С. Управління безпекою туристичної галузі в умовах пандемії covid-19. *Економіка та суспільство*. 2021. № 31. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/736/708>.
17. Завгородній А. В., Крупіца І. В., Павлюк С. І., Лагодієнко В. В. Маркетинг як інструмент управління інноваційним розвитком туристичної сфери регіону. *Регіональна економіка*. 2020. № 4. С. 50–56.
18. Зайцева М. М., Шумлянська Н. В. Кластер як інструмент просування туристичного бренду регіону. *Інфраструктура ринку*. 2021. Вип. 54. С. 98–102. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/54_2021/18.pdf.
19. Паславська В., Орлова О., Басараб О. Маркетингові стратегії готельно-туристичного бізнесу в умовах пандемії коронавірусу. *Економіка та суспільство*. 2021. № 32. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/851/818>.
20. Перегуда Ю. А., Кривоберець М. М. Державна підтримка підприємств туристичної галузі в умовах воєнного стану та післявоєнного відновлення. *Підприємництво та інновації*. 2022. № 23. С. 16–20. URL: <http://www.ejournal.in.ua/index.php/journal/article/view/488/475>.
21. Петренко Н. О., Поліщук О. А., Коваленко Л. Г. Правове регулювання та аспекти ціноутворення в сфері готельно-ресторанного і туристичного бізнесу. *Ефективна економіка*. 2022. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2022/8.pdf.
22. Піляк О. І., Джусов О. А. Поточний стан і перспективи залучення іноземних інвестицій з метою забезпечення підвищення економічного потенціалу підприємств туристичної галузі України. *Ефективна економіка*. 2020. № 7. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/7_2020/202.pdf.
23. Погребняк Л., Дудяк Р., Бугіль С. Вплив пандемії COVID-19 на стан туристичного та рекреаційного бізнесу в Україні. *Аграрна економіка*. 2020. Т. 13. № 3-4. URL: http://agrarianeconomy.kl.com.ua/agrarianeconomy/imageshttp://agrarianeconomy.kl.com.ua/agrarianeconomy/images/docs/ae_2020_13_3-4/AE-13_3-4_8.pdf.
24. Чуєва І. О., Жестков С. Г., Сидорук А. В. Сучасні тенденції розвитку онлайн бронювання туристичних послуг в Україні. *Економіка та суспільство*. 2021. № 27. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/416/403>.
25. Development Goals in an Era of Demographic Change. URL: <http://pubdocs.worldbank.org/en/503001444058224597/Global-Monitoring-Report2015.pdf>.

26. European Union Tourist Trends. URL: <https://www.eunwto.org/doi/book/10.18111/9789284419470> .
27. Global Report on City Tourism. World Tourism Organization. URL: https://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/am6_city_platma.pdf .
28. OECD Tourism Trends and Policies. 2018. URL: https://www.oecdilibrary.org/urban-rural-and-regional-development/oecd-tourism-trends-and-policies2018_tour-2018-en .
29. OECD Tourism Trends and Policies 2020. URL: <https://www.oecd.org/cfe/tourism/oecd-tourism-trends-and-policies-20767773.htm> .
30. The World Economic Forum. URL: <https://www.weforum.org> .
31. UNWTO, «2020: Worst Year in Tourism History With 1 Billion Fewer International Arrivals». URL: <https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-intourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals> .
32. Why China will soon be the world's top destination for tourists. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2018/11/china-will-be-the-world-s-top-touristdestination-by-2030> .
33. World Travel & Tourism Council. Global Economic Impact & Trends 2020. URL: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2020/Global%20Economic%20Impact%20Trends%202020.pdf?ver=2021-02-25-183118-360> .
34. World Travel and Tourism Council: Economic Impact 2019. URL: <https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/raziskave/raziskave/world2019.pdf> .