

ДВНЗ «Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника»

Кафедра туризмознавства і краєзнавства

Методичні вказівки і завдання

щодо виконання самостійної роботи з предмету
«Ринок туристичних послуг»

Івано-Франківськ – 2014

1. Загальні положення

Вступ

Для опанування матеріалом дисципліни “Ринок туристичних послуг” окрім лекцій, практичних (семінарських) занять, тобто аудиторної роботи, значну увагу необхідно приділяти самостійній роботі.

Основні види самостійної роботи студента:

1. Вивчення додаткової літератури.
2. Підготовка до семінарських занять.
3. Написання реферативних виступів
4. Виконання індивідуальних контрольних робіт
5. Підготовка до проміжного та підсумкового контролю.

Самостійна робота з предмету “Ринок туристичних послуг” сприяє оволодінню матеріалу і одночасно контролює знання студентів.

Самостійна робота студентів спрямована на досягнення поставленої мети через виконання відповідних завдань, а саме:

ВИКОНАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНИХ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

Метою виконання індивідуальної контрольної роботи є формування у студентів системи теоретичних знань та практичних навичок щодо механізмів та умов функціонування ринку туристичних послуг, аналізу його кон'юнктури, типологізації ринку.

Структура індивідуальної контрольної роботи визначається метою і складається з трьох самостійних частин (3-х розділів).

Розділ I.

Дослідження основних тенденцій розвитку світового ринку турпослуг.

Методичні рекомендації :

Об'єктом дослідження є світовий ринок туристичних послуг як складова глобального світового ринку.

Предметом дослідження є економічні та організаційні засади, методичні та практичні аспекти механізму розвитку світового ринку туристичних послуг у сучасних умовах регіональних трансформаційних процесів.

визначити сутність, еволюцію розвитку та види міжнародного туризму як особливого виду послуг у сучасній системі міжнародних економічних відносин;

дослідити особливості напрямків і шляхів впливу міжнародного туризму на стан національної економіки та світового господарства;

проаналізувати особливості функціонування світового ринку

туристичних послуг та розвитку процесів транснаціоналізації та глобалізації у світовій туристичній індустрії;

дослідити сучасні регіональні трансформаційні зрушення світового ринку туристичних послуг та визначити чинники, що їх спричиняють;

визначити шляхи удосконалення механізму подальшого функціонування світового ринку туристичних послуг відповідно до тенденцій розвитку світового господарства і міжнародних економічних відносин.

У другому розділі *“Оцінка тенденцій та структури змін ринку турпослуг України”* визначити й проаналізувати сучасні тенденції розвитку національного ринку туристичних послуг, дослідити трансформацію регіональних змін та оцінити основні показники розвитку туристичного ринку України в контексті його включення у світовий ринок туристичних послуг.

Методичні рекомендації :

Об’єктом дослідження є національний ринок туристичних послуг.

Предмет дослідження – трансформаційні зміни та типологічна структура туристичного ринку України.

- проаналізувати динаміку та визначити основні тенденції і закономірності розвитку туристичного ринку України в сучасних умовах глобалізаційних процесів;
- обґрунтувати напрями оптимізації участі України у світовому ринку туристичних послуг з урахуванням його структурних зрушень та загальносвітових тенденцій;
- обґрунтувати необхідні заходи щодо забезпечення конкурентоспроможності національної туристичної галузі з урахуванням перспективних напрямків розвитку світового ринку туристичних послуг.

Розділ III

Кон’юнктурний аналіз туристичного ринку регіону (області)

Методичні рекомендації :

Об’єктом дослідження є ринок туристичних послуг певного регіону, у нашому випадку конкретної області порядковий номер якої збігається із порядковим номером студента у журналі .

Предметом дослідження є кількісна та якісна видозміна структурних одиниць регіонального туристичного ринку, мотиваційна структура поїздок та рух туристичних потоків

провести аналіз основних трансформаційних змін регіонального туристичного ринку в період 2000-2013 роки;

дослідити рух туристичних потоків,

вивчити мотиваційну структуру поїздок, вплив ендогенних та екзогенних чинників,

визначити кількісну видозміну структурних одиниць ринку.

Вимоги до оформлення роботи

До структури індивідуальної контрольної роботи входять: титульний аркуш та зміст, приклади оформлення яких наведені у додатку А; виклад досліджень, додатки, перелік використаної літератури, інших джерел інформації.

Рекомендований обсяг висвітлення кожного питання – 10-15 стор. при загальному обсязі виконаного індивідуального завдання 40-45 стор. При цьому якісною слід вважати проробку кожного питання на основі аналізу не менше ніж 4-6 джерел.

Роботу виконують як у друкованому вигляді на аркушах формату А-4, пронумерованих і скріплених належним чином, так і за допомогою для подальшої її презентації.

У кінці самостійної роботи після переліку використаної літератури, слід поставити дату виконання і підпис.

Порядок рецензування та зарахування індивідуальної контрольної роботи визначається критеріями оцінок:

Критерії оцінювання роботи

Згідно орієнтовної оцінки видів навчальної діяльності студентів за модулями навчальної дисципліни, формою контролю з якої є поточний модульний контроль та затвердженої структури навчальної дисципліни індивідуальна робота студентів максимально оцінюється в 30 балів (по 10 балів за розділ).

Виконання індивідуальної роботи виконується у вигляді реферативної роботи .

У разі не дотримання графіку здачі індивідуальної роботи оцінюється в 0 балів.

НАПИСАННЯ РЕФЕРАТИВНИХ ВИСТУПІВ

Вимоги до оформлення реферативних виступів студентів.

До структури самостійної роботи входять: титульний аркуш та зміст, приклади оформлення яких наведені у додатку А; змістовні відповіді на питання; перелік використаної літератури, інших джерел інформації.

Рекомендований обсяг висвітлення кожного питання – 8-12 стор. при загальному обсязі виконаного індивідуального завдання 20-24 стор. При цьому якісною слід вважати проробку кожного питання на основі аналізу не менше ніж 4-6 джерел.

Реферативну роботу виконують, як правило, у друкованому вигляді на аркушах формату А-4, пронумерованих і скріплених належним чином. Можливо також виконання завдання чорнилом, чітким і розбірливим почерком на аркушах формату А-4. На кожній сторінці залишають поля для зауважень рецензента.

Відповіді на питання повинні бути чіткими, повними, з посиланням на джерела інформації, за необхідності пояснюватися рисунками, схемами, ескізами, графіками.

У кінці самостійної роботи після переліку використаної літератури, слід поставити дату виконання і підпис.

Порядок рецензування та зарахування реферативної роботи визначається критеріями оцінок:

Критерії оцінювання реферативної роботи

Згідно орієнтовної оцінки видів навчальної діяльності студентів за модулями навчальної дисципліни, формою контролю з якої є поточний модульний контроль та затвердженій структури навчальної дисципліни самостійна робота студентів максимально оцінюється в 10 балів.

Виконання самостійної роботи у вигляді реферативної роботи

– „9 - 10 балів” – студент володіє темою та проблематикою роботи, здійснює самостійний аналіз опрацьованого матеріалу, використовує широке

коло наукових праць, і його самостійна робота відповідає всім вимогам щодо оформлення. Робота написана на практичних матеріалах підприємства з чітко викладеною теоретичною частиною, ґрунтовним дослідженням практичної сторони та містить доречні висновки. При захисті студент демонструє обґрунтовані, глибокі та теоретично правильні відповіді на поставлені питання.

– „7 - 8 балів” – студент володіє темою та проблематикою роботи, здійснює самостійний аналіз опрацьованого матеріалу, використовує широке коло наукових праць, проте допускає певні неточності у трактуванні окремих проблем і досить лаконічно узагальнює теоретичний матеріал. В роботі спостерігаються незначні недоліки щодо її оформлення.

– „5 – 6 балів” – студент орієнтується в тематиці роботи, але не може чітко зробити висновки. Зміст теоретичної та практичної частин роботи частково не відповідає вимогам. При захисті студент дає на окремі питання малообґрунтовані, неповні відповіді і лише з допомогою викладача може виправити допущені помилки.

– „3 - 4 балів” – студент не орієнтується в проблемі теми дослідної роботи, показав незадовільну теоретичну підготовку. Практична частина роботи відсутня або не відповідає обраній тематиці. При захисті дає неправильні відповіді, допускається грубих помилок і не може їх виправити.

У разі не дотримання графіку здачі самостійної роботи оцінюється в 0 балів.

Завдання для самостійної реферативної роботи

1. Ринок туристичних послуг та його територіальна організація.
2. Структура та типологія національних туристичних ринків.
3. Розвиток світового ринку туристичних послуг.
4. Останні тенденції розвитку світового туристичного ринку.
5. Тенденції, проблеми і перспективи розвитку національного ринку туристичних послуг.
6. Вплив макроекономічної ситуації на розвиток туризму в Україні.
7. Кластерна модель як інноваційна форма організації туристичного бізнесу.

8. Організаційна структура туристичних кластерів.
9. Стратегії виходу українських туристичних підприємств на зовнішні ринки.
10. Процеси транснаціоналізації та глобалізації в міжнародному туризмі.
11. Механізми використання культурної спадщини Карпатського регіону при формуванні туристичного продукту.
12. Особливості інвестування в туризмі.
13. Концесійний договір як інноваційна форма інвестування туристичної сфери.
14. Лізинг в туризмі.
15. Загальні принципи та види оподаткування туристичної діяльності.
16. Інтернет як засіб просування туристичних послуг.
17. Особливості використання інформаційної інфраструктури у туристичній індустрії України.
18. Кон'юнктура як інструмент оцінки стану ринкового середовища.
19. Механізм державного регулювання туристичного ринку.
20. Маркетингові механізми впливу на функціонування туристичного ринку.
21. Проблеми і особливості розвитку бренд-менеджменту на українському ринку.
22. Іміджбилдингові технології в туристичній галузі.
23. Імідж України очима іноземних споживачів.
24. Взаємозв'язок між туристичним бізнесом і нелегальною трудовою міграцією громадян України до ЄС.
25. Сегментація туристичного ринку.

ОПРАЦЮВАННЯ ТЕОРЕТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ

Тема 1. Функціонування ринку туристичних послуг.

1. Особливості туристичного ринку, аналіз його структури, об'єкт, суб'єкт ринку.
2. Показники туристичного ринку.
3. Механізм функціонування ринку турпослуг.
4. Систематизація факторів, що впливають на розвиток туристичного ринку.

Рекомендована література:

1. Азар В.И., Туманов С.Ю. Экономика туристского рынка. – М.: ИПК госслужбы, 1998. – 203 с.
2. Александрова А.Ю. Структура туристского рынка. – М.: Пресс-Соло, 2002. – 384 с.
3. Гаврилюк С.П. Соціально-економічна природа та особливості ринку туристичних послуг // Ресторанне господарство і туристична індустрія у ринкових умовах. – К., 2004. – С. 199-203.
4. Гонтаржевська Л.І. Ринок туристичних послуг в Україні : навчальний посібник – Донецьк, 2008. – 181 с.

5. Данильчук В.Ф. Мировой рынок услуг турбизнеса. – Донецк: ДИТБ, 2000. – 146 с.
6. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. – Чернівці: Книги-XXI, 2003. – 298 с.
7. Ковешніков В.С. Особливості товарної політики на туристичному ринку // Наукові записки КУТЕП. – Вип.3. – К.: Знання України, 2003. – С. 287-289.
8. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). – К.: Альтерпрес, 2002. – 436 с.
9. Монтехано Х.М. Структура туристического рынка. – Смоленск: СГУ, 1997. – 230 с.
10. Никоненко Т.Н. Процесс глобализации туристического рынка // Культура і освіта фахівців туристичної сфери: сучасні тенденції та прогнози. – К.: КУТЕП, 2005. – С.177-179.
11. Михайліченко Г.І. Вплив факторів на попит туристичних послуг / Г.І. Михайліченко // Проблеми якості у громадському харчуванні, готельному господарстві і туризмі. – К., 2000. – С. 42-49.

Тема 2. Інфраструктура туристичного ринку.

1. Поняття і суть ринкової інфраструктури.
2. Визначення поняття “інфраструктура туризму”.
3. Елементи інфраструктури туризму.
4. Інформаційна інфраструктура туризму.

Рекомендована література:

1. Беленський П. Ю. Ринкова інфраструктура і проблеми економічного розвитку в умовах формування конкурентного середовища // Соціально-економічні дослідження в перехідний період. — Львів, 2000. — Вип.11: Інвестиції і реструктуризація економіки регіону. — С.8–21.
2. Біла І. С. Ринкова інфраструктура в Україні // Міжнародна наукова конференція «Соціально-економічні наслідки ринкових перетворень у постсоціалістичних країнах», 24–26 верес. 2003 року. — Черкаси, 2003. — С.143–144.
3. Верланов Ю. Ю. Інфраструктура: поняття, погляди на самоорганізацію // Києво-Могилянська Академія. Миколаїв. філія. Наукові праці. — Миколаїв, 1998. — Т.1. — С.5–9.
4. Гонтаржевська Л.І. Ринок туристичних послуг в Україні : навчальний посібник – Донецьк, 2008. – 181 с.
5. Козинський С. М. Інфраструктура ринку в умовах перехідної економіки // Ринкові важелі та стимули розвитку господарчих систем. — Одеса, 1997. — С.54–55.
6. Матвеев Є. Е. Інформаційна інфраструктура ринків в умовах глобалізації // Соціально-економічні дослідження в перехідний період. — Львів, 2002. — Вип.6 (37): Транскордонне співробітництво, ринкова інфраструктура та фінансово-інвестиційна діяльність. — С.395–408.

7. Мішенкова К. В. Інфраструктура ринку туристичних послуг України: проблеми та перспективи розвитку // Ресторанне господарство і туристична індустрія у ринкових умовах. — К., 2003. — С.225–232.
8. Нестеренко С. В. Інфраструктура ресторанного господарства в кризових умовах // Торгівля і ринок України. — Донецьк, 2010. — Вип.30, т.2. — С.167–173.
9. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії : [Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / І.М.Школа, Т.М.Ореховська, І.Д.Козьменко та ін.; За ред. І.М.Школи. — Чернівці : Книги ХХІ, 2005. — 594 с.
10. Пандяк І. Особливості використання інформаційної інфраструктури у туристичній індустрії України // Вісник. — Львів, 2006. — Вип.33. — С.310-314.
11. Лебедько С. Україні необхідно створити сучасну інфраструктуру [Електронний ресурс] / Сергій Лебедько // Дзеркало тижня . — 2000. — 22-28 липня № 29 (302) — С.23 Режим доступу: <http://www.dt.ua/2000/2675/27857/>

Тема 3. Методичні засади дослідження ринку туристичних послуг.

- 1.Моделі функціонування і розвитку туристично-рекреаційних систем.
- 2.Однокритеріальні моделі.
- 3.Багатокритеріальні моделі.
- 4.Модель оптимального інвестування туризму.
- 5.Моделі прогнозування попиту на короткостроковий та довгостроковий період.
- 6.Стратегічний аналіз ринку.
- 7.Кон'юнктурний аналіз.

Рекомендована література:

1. Благун І.С. Моделювання сталого розвитку регіону / І.С.Благун , Л.І. Сисак , О.О.Солтисік / Прикарпатський національний ун-т ім. Василя Стефаника. — Івано-Франківськ, 2006. — 166с.
2. Бондарев В.Н., Аде Ф.Г. Искусственный интеллект. — Севастополь: Изд-во СевНТУ, 2002. — 615 с.
3. Буянов В.П. Методы и модели решения экономических задач / В.П. Буянов, С.Р. Хачарян, М.В. Пинегина. — М.:Экзамен, 2005. — 385с.
4. Вайсман А. Стратегия маркетинга: 10 шагов к успеху; Стратегия менеджмента: 5 факторов успеха / А. Вайсман / Пер. с нем. — М.: АО “Интерэксперт”, Экономика, 1995. — 344 с.
5. Варченко О.М. Методичні підходи до дослідження ринкової кон'юнктури регіональних продовольчих ринків / О.М. Варченко // Актуальні проблеми економіки. — 2008. — № 12. — С.11-19.
6. Волкова В.Н., Денисов А. А. Основы теории систем и системного анализа. — Спб.: Изд. СПбГТУ, 1999.

7. Гаєць В.М. Моделі і методи соціально-економічного прогнозування / В.М.Гаєць, Т.С. Клебанова, О.І.Черняк, В.В.Іванов, Н.А. Дубровіна. Х.: ХНЕУ: Інжек, 2005. – 396с.
8. Глибовець М.М., Отецький О.В. Штучний інтелект. – К.: Вид. дім “КМ Академія”, 2002. – 366 с.
9. Дмитришин Л.І. Аналіз підходів до моделювання процесу та оцінки рівня життя населення / Л.І. Дмитришин, Б.М. Данилець // Моделювання регіональної економіки: [зб. наук. праць]. – Івано-Франківськ: Плай, 2008. – №1(11). – С.18-28.
10. Доумен Дон. Изучение конъюнктуры рынка – это просто / Д.Доумен, Д.Деннисон, М.Доумен. – Ростов н / Д: Феникс, 2004. – 212, [9] с. табл.– (Bizness-технологии).
11. Дубенюк Я.А. Туристичний мультиплікатор як комплексний показник розвитку туристичної галузі / Я.А. Дубенюк // Регіональні проблеми розвитку туризму та рекреації: (зб.наук.пр.) – Донецьк: Юго-Восток, 2005. – С.61-69.
12. Ефименко М. Исследование подходов к сегментации потребителей / М. Ефименко // Маркетинговые исследования в Украине. – 2007.– №1. – С. 52-56.
13. Забалдіна Ю.Б. Методи дослідження кон’юнктури регіональних ринків туристичних послуг / Ю.Б. Забалдіна // Туризм, курорти и наука: материалы второй республиканской научно-практической конференции Симферополь: ТНУ, 2004. – С.94-99.
14. Іванова Л.О. Фактори формування і розвитку економічної ринкової кон’юнктури : текст лекції з курсу “Кон’юнктура ринків” для самост. вивч. студ. екон. спец. / Укоопспілка, Львів. комерц. Акад. / Л.О. Іванова – Львів, 2004. – 27 с.
15. Кратт О. А. Кон’юнктурне дослідження: періодизація динаміки / О.А. Кратт // Економіка. Менеджмент. Підприємництво. – Луганськ, 2003. – №10. – С.127-137.
16. Крофт М. Дж. Сегментирование рынка. – Спб.: Питер, 2001. – 128 с.
17. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). – К.: Альтерпрес, 2002. – 436 с.
18. Решетнікова Г. Сегментування ринку за допомогою сучасних методів математичного моделювання / Г. Решетнікова // Маркетинг в Україні. – 2007. – №4. – С.25-27.
19. Рутковская Д. Нейронные сети, генетические алгоритмы и нечеткие системы / Рутковская Д., Пилиньський М., Рутковский Л. / М.: Горячая линия-Телеком, 2004. – 452с.

Тема 4. Оцінка тенденцій та структури змін регіонального ринку.

Аналіз статистичної звітності по формі №1-ТУР (2000-2011 роки).
динаміка туристичних потоків,
аналіз мотиваційної структури поїздок,

вплив ендогенних та екзогенних чинників .

Рекомендована література:

1. Варченко О.М. Методичні підходи до дослідження ринкової кон'юнктури регіональних продовольчих ринків / О.М. Варченко // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 12. – С.11-19.
2. Войнаренко М. Кластери як полюси зростання конкурентоспроможності регіонів / М. Войнаренко // Економіст.– 2008. – жовтень (№10). – С.27-30.
3. Готелі та інші місця для тимчасового проживання: Статистичний бюлетень. – К.: Державний комітет статистики України, 2005. – С.89-94.
4. Готелі та інші місця для тимчасового проживання: статистичний бюлетень. – К.: Державний комітет статистики України, 2010. – 193с.
5. Готельне господарство Івано-Франківської області за 2001-2008 роки: Статистичний збірник. – Державний комітет статистики України / Головне управління статистики в Івано-Франківській області, 2009. – 43с.
6. Забалдіна Ю.Б. Методи дослідження кон'юнктури регіональних ринкув туристичних послуг / Ю.Б. Забалдіна // Материали второй республиканской научно-практической конференции “Туризм, курорты и наука”. – Симферополь: ТНУ, 2004.– С.94-99.
7. Іванова Л.О. Фактори формування і розвитку економічної ринкової кон'юнктури : текст лекції з курсу “Кон'юнктура ринків” для самост. вивч. студ. екон. спец. / Укоопспілка, Львів. комерц. Акад. / Л.О. Іванова – Львів, 2004. – 27 с.
8. Карпов В.А. Маркетинг прогнозування кон'юнктури ринку.: [навч. посіб. для студентів екон. спец. вищ. навч. закл.] / В.А Карпов, В.Р Кучеренко. – К.: Знання, 2001. – 215 с.
9. Кратт О. А. Кон'юнктурне дослідження: періодизація динаміки / О.А. Кратт // Економіка. Менеджмент. Підприємництво. – Луганськ, 2003. – №10. – С.127-137.
- 10.Ліпич Л.Г. Економічна кон'юнктура: механізм формування та методологічні підходи до оцінювання. / Л.Г.Ліпич, О.В.Кошій. – Луцьк: РВВ “Вежа” Волин. нац. ун-ту ім. Л.Українки, 2009. – 217 с.
- 11.Патерова А.А.Гостиничный рынок Украины: проблемы и перспективы развития / А.А. Патерова // Індустрія гостинності у країнах Європи: матеріали ІІІ міжнар. наук.-практ. конф. (4-6грудня 2009 р. Сімферополь-Ялта) – Сімферополь, 2009. –С.170-173.
- 12.Погребняк Ю.В. Кон'юнктура и развитие рынка туристических услуг / Ю.В. Погребняк // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті: зб. наук. пр. – Одеса, 2005. – Вип.21. – С.164 -175.
- 13.Санаторно-курортне лікування, організований відпочинок та туризм в Україні [*Електронний ресурс*]: Державний комітет статистики України / Відповідальний за випуск І.В. Калачова. – Електрон. дані. – К. : Державний комітет статистики України, 2009. – 1 електрон. опт. диск

(CD-ROM) : кольор.; **12 см.** – Систем. вимоги: Pentium-266 ; 32 Mb RAM ; CD-ROM Windows 98/2000/NT/XP.

14. Серова І. А. Дослідження і прогнозування економічної кон'юнктури: конспект лекцій. / Серова І. А., Мирна Т. С.; М-во освіти і науки України, Харк. нац. екон. ун-т. – Х.: Вид. ХНЕУ, 2008. – 91 с.
15. Туристичні потоки (2000-2009 рр.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>
16. Туристичні потоки (2000-2010 рр.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.if.ua/>
17. Туризм в Україні. – 2007 // Статистичний Бюлетень. – 2007. – С.89-95.

Тема 5. Основні тенденції розвитку національного ринку турпослуг.

1. Державне регулювання галузі туризму.
2. Вплив макроекономічної ситуації на розвиток туризму в Україні.
3. Оцінка трансформаційних змін ринку турпослуг України.

Рекомендована література:

1. Агафонова Л.Г. Проблеми державного регулювання розвитку туризму в Україні / Л.Г. Агафонова // Культура і освіта фахівців туристичної сфери: сучасні тенденції та прогнози. – К.: КУТЕП, 2005. – С.521-526.
2. Аналітична довідка про роботу туроператорів та турагентів за 2005 рік (дані за формою №1-тур) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/publ.aspx?id=2040>
3. Аналітична довідка про роботу туроператорів та турагентів за 2006 рік (дані за формою №1-тур) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/publ.aspx?id=2041>
4. Аналітична довідка про роботу туроператорів та турагентів за 2007 рік (дані за формою №1-тур) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/publ.aspx?id=2042>
5. Аналітична довідка про роботу туроператорів та турагентів за 2008 рік (дані за формою №1-тур) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/publ.aspx?id=2043>
6. Аналітична довідка про роботу туроператорів та турагентів за 2009 рік (дані за формою №1-тур) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/publ.aspx?id=2083>
7. Аналітичний звіт Міністерства культури і туризму України. Музейна справа. Середня, 14 березня 2007 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.museum-ukraine.org.ua/index.php>
8. Андрушків В. П. Проблеми залучення інвестицій на ринок туристичних послуг України / В.П. Андрушків // Вісник львів. ун-т. Сер.: Економічна, 2005. – Вип.19 – С.435-438.

9. Артеменко О. Індустрія туризму на американських гірках вітчизняного законодавства / Олександр Артеменко // Дзеркало тижня. – 2001. – 14 липня, № 28 – С. 23.
10. Артеменко О. Три десятиріччя в одному / Олександр Артеменко // Дзеркало тижня. – 2001. – 1-7 вересня, № 34 (358) – С. 23.
11. Балабанов Г. В. Тенденції, проблеми і перспективи розвитку національного ринку туристичних послуг: регіональний аспект. : матеріали всеукр. наук. конф., Київ, 18-19 лист. 2010 року. / М-во освіти і науки України, Нац. авіац. ун-т [та ін.; редкол.: Балабанов Г. В. та ін.] – К.: Нац. авіац. ун-т, 2010. – 311 с.
12. Біль М.М. Особливості державного регулювання розвитку туристичного підприємництва в Україні / М.М. Біль // Вісник Львівського інституту економіки туризму; Апріорі, 2008. – №3. – 244с. – С. 42-46.
13. Вареник Н. Конгрес-холи та апарт-готелі нині в дефіциті.../ Наталя Вареник // Дзеркало тижня . – 2010. – 27 березня - 2 квітня, №12 (792). – С.23.
14. В'їзд іноземних громадян в Україну за країнами, з яких вони прибули [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://ukrstat.gov.ua/>
15. Готелі та інші місця для тимчасового проживання: Статистичний бюлетень. – К.: Державний комітет статистики України, 2005. – С.89-94.
16. Готелі та інші місця для тимчасового проживання: статистичний бюлетень. – К.: Державний комітет статистики України, 2010. – 193с.
17. Захарін С. ...І «зірки» там яскраві / Сергій Захарін, Павлина Семиволос // Дзеркало тижня . – 2006. – 11-17 березня, № 9 (588) – С. 23.
18. Захарін С. Туреччина починає, Єгипет продовжує, Україна... відпочиває? / Сергій Захарін // Дзеркало тижня . – 2007. – 13-19 січня, № 1 (630) – С.23.
19. Кобко В.І. Ринок і його державне регулювання: теорія та досвід практичної реалізації / В.І. Кобко // Теорія і практика перебудови економіки. – Черкаси, 1999. – С. 59-62.
20. Патерова А.А. Гостиничний ринок України: проблеми и перспективи развития / А.А. Патерова // Індустрія гостинності у країнах Європи: матеріали III міжнар. наук.-практ. конф. (4-6 грудня 2009 р. Сімферополь-Ялта) – Сімферополь, 2009. – С.170-173.
21. Погребняк Ю.В. Кон'юнктура и развитие рынка туристических услуг / Ю.В. Погребняк // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті: зб. наук. пр. – Одеса, 2005. – Вип.21. – С.164 -175.
22. Санаторно-курортне лікування, організований відпочинок та туризм в Україні [Електронний ресурс]: Державний комітет статистики України / Відповідальний за випуск І.В. Калачова. – Електрон. дані. – К. : Державний комітет статистики України, 2009. – 1 електрон. опт.

- диск (CD-ROM) : кольор.; **12 см.** – Систем. вимоги: Pentium-266 ; 32 Mb RAM ; CD-ROM Windows 98/2000/NT/XP.
23. Серова І. А. Дослідження і прогнозування економічної кон'юнктури: конспект лекцій. / Серова І. А., Мирна Т. С.; М-во освіти і науки України, Харк. нац. екон. ун-т. – Х.: Вид. ХНЕУ, 2008. – 91 с.
 24. Туристичні потоки (2000-2009 рр.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>
 25. Туристичні потоки (2000-2010 рр.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.if.ua/>
 26. Туризм в Україні. – 2007 // Статистичний Бюлетень. – 2007. – С.89-95.
 27. Шульгіна Л.М. Макроекономічна ситуація як фактор розвитку туризму в Україні / Л.М. Шульгіна // Маркетинг в Україні . – 2004. – №4 – С.15-22.
 28. Шульгіна Л.М. Сегментація вітчизняних споживачів закордонного туристичного продукту / Л.М. Шульгіна // Маркетинг в Україні . – 2005. – №6 – С. 41 - 47.
 - 29.

Тема 6. Оцінка тенденцій та структури змін світового ринку турпослуг.

1. Аналіз тенденцій розвитку світового туристичного ринку.
2. Стратегічні альянси як основа подальшого розвитку світової туристичної галузі

Рекомендована література:

1. Виноградська А.М. Туризм та сучасні технології / А.М.Виноградська // Ресторанне господарство і туристична індустрія у ринкових умовах. – К., 2002. – С.36-39.
2. Гайдук А.Б. Туризм как одна из сфер внешнеэкономической деятельности / А.Б. Гайдук // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект. – Донецк, 1998. – С. 151-154.
3. Гайдук А.Б. Процеси глобалізації та концентрації як фактор розвитку європейського та світового туристичних господарств / А.Б.Гайдук // Регіональна економіка. – 2003 .–№1. – С. 227-233.
4. Добровольська А. Современные путешественники хотят испытать все / А. Добровольська // Заграница. – 2007. – №19 – С.10.
5. Погребняк Ю.В. Конъюнктура и развитие рынка туристических услуг / Ю.В. Погребняк // Развитие методів управління та господарювання на транспорті: зб. наук. пр. – Одеса, 2005. – Вип.21. – С.164 -175.
6. Подчаха О.Ю. Перспективи розвитку ділового туризму в країнах Європи / О.Ю.Подчаха // Індустрія гостинності у країнах Європи: матеріали III міжнар. наук.-практ. конф. (4-6 грудня 2009 р. Сімферополь-Ялта) – Сімферополь: ВіТроПринт, 2009. – С.51 - 53.

7. Серьогін О. Ю. Аналіз відповідності основних положень Генеральної угоди про торгівлю послугами Світової організації торгівлі потребам розвитку туристичної галузі України // Наук. вісн. — К., 2003. — Вип.8: Зовнішня політика та дипломатія: витоки, традиції, новації. — С.389–394.
8. Сніцарева Д. TEZ TOUR: діловий підхід до ділового туризму / Дарина Сніцарева // Дзеркало тижня . – 2009. – 30 травня -5 червня, № 19 (747). – С.23.

Тема 7. Умови виходу на світовий туристичний ринок.

1. Моделі просування послуг на ринку.
2. Маркетингові механізми впливу на функціонування туристичного ринку.
3. Стратегія виходу України на світовий ринок туристичних послуг.
4. Зовнішньоекономічна діяльність туристичних підприємств як засіб реалізації зовнішньо- економічного курсу України.

Рекомендована література:

1. Агафонова Л.Г. Тенденції стратегічного розвитку туризму в Україні / Л.Г. Агафонова, О.О. Каролоп // Проблеми якості у громадському харчуванні, готельному господарстві і туризмі: зб. наук. пр. / Київ. держ. торг.-екон. ун-т; [Редкол.: Пересічний М.І. (відп. ред.) та ін.] – К., 2000. – С.87-95.
2. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 320 с.
3. Гонтаржевська Л.І. Ринок туристичних послуг в Україні : навчальний посібник – Донецьк, 2008. – 181 с.
4. Дурович А. П. Маркетинг в туризме / А.П. Дурович / Минск.,Новое знание, 1998 – С.205-217.
5. Карп В. С. Особливості організаційних стратегій виходу іноземних компаній на туристичний ринок України // Актуальні проблеми міжнародних відносин. — К., 2007. — Вип.69, ч.2. — С. 162–165.
6. Ковальчук Н. С. Проблеми виходу України на світовий ринок послуг // Сучасні економічні проблеми розвитку підприємництва. — К., 2000. — С.37–41.
7. Лугова О. В. Туристична галузь України як об'єкт іноземного інвестування // Економіка і підприємництво: стан та перспективи. — К., 2003. — С.264–270.
8. Серьогін О. Ю. Аналіз відповідності основних положень Генеральної угоди про торгівлю послугами Світової організації торгівлі потребам розвитку туристичної галузі України // Наук. вісн. — К., 2003. —

Вип.8: Зовнішня політика та дипломатія: витоки, традиції, новації. — С.389–394.

9. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії : [Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / І.М.Школа, Т.М.Ореховська, І.Д.Козьменко та ін.; За ред. І.М.Школи. – Чернівці : Книги XXI, 2005. – 594 с.

Тема 8. Бренд-менеджмент в туризмі.

- 1.Поняття бренда та його життєвий цикл.
- 2.Алгоритм створення і просування бренду.
- 3.Технології державного брендінгу.
- 4.Вивчення закордонного досвіду.

Рекомендована література:

1. Андробченко Л. О. Бренд-менеджмент як елемент вартісно-орієнтованого управління підприємством // Науковий вісник. – О., 2008. – N 13 (69). – С. 104-116.
2. Власенко О. О. Бренд як основа довготривалого існування товару на ринку // Наукові праці. – К., 2006. – N19, ч.1: Маркетинг. Інвестиції. Інновації. – С.9-11.
3. Гейер Г. В. Бренд как специфический фактор повышения конкурентоспособности // Економіка: проблеми теорії та практики. – Д., 2006. – Вип.217, т.1. – С.59-67.
4. Головенко О. Брендінг як перспективний напрямок розвитку реклами в Україні // Україна в глобальному середовищі: нові алгоритми управління економікою. – Чернівці, 2002. – С.365-370.
5. Головка А. Я. Брендінг в Україні: генеза та перспективи // Формування ринкових відносин в Україні. – К., 2008. – Вип. 5 (84). – С. 82-85.
6. Горбуліна О. Проблеми і особливості розвитку бренд-менеджменту на українському ринку // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – К., 2008. – Вип. 74, ч. 2. – С.168-170.
7. Греднёва Т. Бренд как визуальный образ // Молода мистецька наука України. – Х., 2004. – N6. – С.24-35.
8. Іванова Є. В. Брендінг як сучасна технологія посилення конкурентних переваг фірми // Вісник. – Краматорськ, 2008. – N 3 (13). – С. 107-111.
9. Кендюхов О. В. Класифікація маркетингових стратегій на основі бренд-підходу // Економіка. Менеджмент. Підприємництво. – Луганськ, 2005. – N13, ч.2. – С.90-96.
- 10.Ковалевська А. В.Проблема конгруентності бренд-ергоніма та рекламного слогана // Записки з ономастики. – Одеса, 2005. – Вип.9. – С.55-62.
- 11.Личова Г. Імідж України очима іноземних споживачів / Г. Личова // Маркетинг в Україні . – 2005. – №5 – С. 63-66.
- 12.Личова Г. Міжнародний імідж України очима американських експертів / Г. Личова // Маркетинг в Україні . – 2007. – №5 – С.51-54.

- 13.Малинка О.Я. “ДНК” бренду як система збереження, відтворення і передачі інформації до споживача / О.Я. Малинка // Маркетинг в Україні . – 2006. – №1 – С. 35-38.
- 14.Максимова Т. С. Бренд як інструмент маркетингової діяльності підприємства // Маркетинг: теорія і практика. – Луганськ, 2010. – N16. – С.134-137.
- 15.Нестерова Ю. В. Бренд як актив підприємства // Економічний вісник. – К., 2007. – N4. – С.257-262.
- 16.Норіцина Н.І. Концептуальні основи формування бренда на українському ринку / Н.І. Норіцина // Актуальні проблеми економіки. – 2001.– №3-4. – С.40-46.
- 17.Пригорницкая С. С. Брендинг, методики и технологии разработки // Зб. наук. пр. –Донецьк, 2003. – Т.4: Сер.: Державне управління, вип.25: Державне управління процесами життєдіяльності і галузевого розвитку регіону. – С.282-288.
- 18.Сабірова І. М. Брендинг і його зв'язок з маркетингом // Наука і молодь. – К., 2004. – Вип.4: Гуманітарна серія. – С.27-30.
- 19.Рєпіна І. М. Бізнес-активи: бренд // Збірник наукових праць. – Черкаси, 2008. – Вип. 19, ч. 1. – С. 38-41.
- 20.Римаренко М. В. Бренд-менеджмент: поняття бренда та його життєвий цикл // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – К., 2002. – Вип.35, ч.2. – С.186-188.
- 21.Фролов П. Д. Іміджблдингові технології як дзеркало політико-ідеологічних процесів // Психолого-педагогічна наука і суспільна ідеологія. – К., 1998. – С.579-585.
- 22.Шевченко Г. В. Бренд-стратегії уряду США у формуванні міжнародного іміджу країни // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – К., 2009. – Вип. 85, ч. 1. – С.103-113.
- 23.Ястремська О. М. Бренд-менеджмент : навч. посіб. / Ястремська О. М., Ястремська О. О.; М-во освіти і науки України, Харк. нац. екон. ун-т. – Х.: ХНЕУ, 2010. – 163 с.