

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 Екземпляр № 1	Ф-19.10- 05.01/242.00.1/М/ОК(12)- 2022 Арх 15/1

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою факультету
бізнесу та сфери обслуговування
30 серпня 2022 р.,



Голова Вченої ради
Галина ТАРАСЮК

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«МОНІТОРИНГ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ РИНКІВ»**

для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «магістр»
спеціальності 242 «Туризм»
освітньо-професійна програма «Туризмознавство»
факультет бізнесу та сфери обслуговування
кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Схвалено на засіданні кафедри
туризму та готельно-ресторанної
справи
29 серпня 2022 р.,
протокол № 5

Т. в. о. завідувача кафедри
Галина ТАРАСЮК
Гарант освітньо-професійної
програми
Оксана ОЛІЙНИК

Розробник: д.е.н., професор, професор кафедри туризму та готельно-ресторанної
справи, Оксана ОЛІЙНИК

Житомир
2022 – 2023 н.р.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.01/242.00.1/М/ОК12- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 15_/2

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 4	Галузь знань: 24 «Сфера обслуговування»	Нормативна	
Модулів – 1	Спеціальність: 242 «Туризм»	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2		2-й	2-й
Загальна кількість годин – 120		Семестр	
		3-й	3-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 5, самостійної роботи – 15	Освітній ступінь «магістр»	Лекції	
		12 год.	4 год
		Практичні	
		18 год	6 год
		Лабораторні	
		0 год.	0 год.
		Самостійна робота	
90 год	110 год		
Вид контролю: екзамен			

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної та індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання – 25 % аудиторних занять, 75 % самостійної та індивідуальної роботи;

для заочної форми навчання – 8 % аудиторних занять, 92 % самостійної та індивідуальної роботи.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.01/242.00.1/М/ОК12- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 15_/3

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни «Моніторинг міжнародних туристичних ринків» є:

- формування теоретичних знань і практичних навичок зі збору кон'юнктурної інформації, аналітичного опрацювання даних економічних оглядів;

- поглиблене вивчення особливостей методології і набуття практичного досвіду організації та проведення моніторингу міжнародних туристичних ринків;

- використання сучасних методик для здійснення моніторингу та прогнозування коливання попиту та пропозиції на світовому ринку туристичних послуг.

Завданнями вивчення навчальної дисципліни є:

- аналізувати різні аспекти туризму: мотивацію туристичних поїздок, формування туристичного продукту і його ціни, стратегію діяльності і розвитку туристичної індустрії;

- професійно оцінювати конкретну ситуацію у межах міжнародного туристичного ринку;

- виявити причинно-наслідкові зв'язки у розвитку кон'юнктури світового ринку туристичних послуг;

- виділити головні умови, що визначають ринкову ситуацію у туризмі;

- навчитися вирішувати питання раціонального використання просторових та матеріальних ресурсів;

- сформулювати висновки щодо перспектив розвитку світового ринку туристичних послуг.

Зміст навчальної дисципліни направлений на формування наступних компетентностей, визначених стандартом вищої освіти зі спеціальності 242 «Туризм»:

ЗК1. Здатність до організації, планування, прогнозування результатів діяльності.

ЗК2. Здатність вести професійну діяльність у міжнародному та вітчизняному середовищі.

СК4. Здатність організовувати діяльність та співпрацю суб'єктів регіонального, національного та міжнародного туристичних ринків на засадах сталого розвитку з урахуванням світового досвіду.

СК5. Здатність оперувати інструментами збору, обробки інформації, аналізувати та управляти туристичною інформацією.

Отримані знання з навчальної дисципліни стануть складовими наступних **програмних результатів** навчання за спеціальністю 242 «Туризм»:

РН12. Аналізувати, формулювати і реалізовувати національну та регіональну туристичну політику, вдосконалювати механізми управління туристичними дестинаціями на національному, регіональному та локальному рівнях.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.01/242.00.1/М/ОК12- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 15_/4

3. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні та методологічні основи моніторингу міжнародних туристичних ринків

Тема 1. Основні положення проведення моніторингу світового ринку туристичних послуг

Суть і поняття моніторингу. Сутність функціонування світового ринку готельних і ресторанних послуг. Фактори, що впливають на коливання економічних показників. Система показників моніторингу світового ринку туристичних послуг.

Тема 2. Світовий ринок туристичних послуг: концептуальні засади, особливості еволюції та функціонування

Ринок туристичних послуг та його територіальна організація. Поняття, чинники формування та види ринку туристичних послуг. Попит і пропозиція на туристичному ринку. Умови та можливості виходу на туристичний ринок. Сутність ринку туристичних послуг та особливості його становлення і функціонування, класифікація основних видів туристичного ринку, аспекти його державного регулювання.

Тема 3. Закономірності ціноутворення та методологія визначення зовнішньо-торгівельних цін на туристичні послуги на міжнародному ринку

Теоретичні аспекти розвитку ринку міжнародної готельної індустрії. Методичні основи дослідження ринку готельних і туристичних послуг. Оцінка попиту та пропозиції: методика і аналіз. Характеристика особливостей комерційної діяльності підприємств на міжнародному ринку готельних і туристичних послуг.

Змістовий модуль 2. Практичні аспекти моніторингу міжнародних туристичних ринків

Тема 4. Чинники формування та умови розвитку кон'юнктури міжнародних туристичних ринків

Сутність кон'юнктуороформувального чинника на світовому ринку туристичних послуг. Класифікація кон'юнктуороформувальних чинників. Зв'язок з економічним циклом. Економічний цикл та його основні фази. Основні ознаки окремих фаз економічного циклу. Взаємозв'язок з об'єктом дослідження. Особливості кон'юнктури ринку туристичних послуг на різних фазах циклу. Сфера формування кон'юнктуороформувальних чинників. Вибір критеріїв, які дозволяють дати кількісну оцінку циклу і його окремих фаз.

Тема 5. Основні напрямки підвищення ефективності кон'юнктурної роботи на міжнародному ринку туристичних послуг

Фактори, що визначають загальні напрями розвитку світового ринку готельних і ресторанних послуг. Інформаційний ринок готельних і ресторанних

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.01/242.00.1/М/ОК12- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 15_/5

послуг. Застосування комп'ютерної техніки та пакетів прикладних програм для кон'юнктурного дослідження і прогнозування.

Тема 6. Інформаційне забезпечення моніторингу міжнародних туристичних ринків

Основні види і форми інформації, яка використовується для моніторингу ринку туристичних послуг. Прогнозна, планова, облікова, нормативна інформація і інформація для аналізу діяльності і оперативного управління. Види джерел інформації. Переваги і недоліки первинної і вторинної інформації. Внутрішня і зовнішня інформація. Кількісна і якісна інформація. Загальносвітові, регіональні, національні і галузеві джерела інформації у сфері ринку туристичних послуг. Українські джерела інформації в туристичній сфері.

Тема 7. Аналіз кон'юнктури міжнародного ринку готельних і ресторанних послуг

Методи вивчення кон'юнктури готельних і ресторанних послуг. Дослідження кон'юнктури ринку готельних і ресторанних послуг у межах маркетингу. Динаміка основних показників кон'юнктури міжнародного ринку готельних і туристичних послуг у розрізі регіонів. Вивчення кон'юнктури ринку готельних і туристичних послуг України на світовому ринку.

Тема 8. Кон'юнктурний прогноз світового ринку готельних і ресторанних послуг

Оцінка конкурентоспроможності підприємств на ринку готельних і туристичних послуг. Дослідження можливостей розвитку міжнародного ринку. Прогнози кон'юнктури та його використання в плануванні роботи готельних і туристичних підприємств на ринку.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.01/242.00.1/М/ОК12- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 15_/6

4. Структура (тематичний план) навчальної дисципліни

Змістові модулі і теми	Кількість годин							
	денна форма				заочна форма			
	усього	лекції	практичні	самостійна робота	усього	лекції	практичні	самостійна робота
МОДУЛЬ 1								
Змістовий модуль 1. Теоретичні та методологічні основи моніторингу міжнародних туристичних ринків								
Тема 1. Основні положення проведення моніторингу світового ринку туристичних послуг.	20	2	2	16	20	2		18
Тема 2. Світовий ринок туристичних послуг: концептуальні засади, особливості еволюції та функціонування.	20	2	2	16	20	2		18
Тема 3. Закономірності ціноутворення та методологія визначення зовнішньоторгівельних цін на туристичні послуги на міжнародному ринку.	20	2	2	16	20		2	18
Разом модуль 1	60	6	6	48	60	4	2	54
Змістовий модуль 2. Практичні аспекти моніторингу міжнародних туристичних ринків								
Тема 4. Чинники формування та умови розвитку кон'юнктури міжнародних туристичних ринків.	11	1	2	8	11			11
Тема 5. Основні напрямки підвищення ефективності кон'юнктурної роботи на міжнародному ринку туристичних послуг.	11	1	2	8	11		2	9
Тема 6. Інформаційне забезпечення моніторингу міжнародних туристичних ринків.	11	1	2	8	11		2	9
Тема 7. Аналіз кон'юнктури міжнародного ринку готельних і ресторанних послуг.	11	1	2	8	11			11
Тема 8. Кон'юнктурний прогноз світового ринку готельних і ресторанних послуг.	16	2	4	10	16			16
Разом модуль 2	60	6	12	42	60	0	4	56
РАЗОМ	120	12	18	90	120	4	6	110

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.01/242.00.1/М/ОК12- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 15_/7

5. Теми практичних (лабораторних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
1	Основні положення проведення моніторингу світового ринку туристичних послуг.	2	
2	Світовий ринок туристичних послуг: концептуальні засади, особливості еволюції та функціонування.	2	
3	Закономірності ціноутворення та методологія визначення зовнішньо-торгівельних цін на туристичні послуги на міжнародному ринку.	2	2
4	Чинники формування та умови розвитку кон'юнктури міжнародних туристичних ринків.	2	
5	Основні напрямки підвищення ефективності кон'юнктурної роботи на міжнародному ринку туристичних послуг.	2	2
6	Інформаційне забезпечення моніторингу міжнародних туристичних ринків.	2	2
7	Аналіз кон'юнктури міжнародного ринку готельних і ресторанних послуг.	2	
8	Кон'юнктурний прогноз світового ринку готельних і ресторанних послуг.	4	
РАЗОМ		18	6

6. Завдання для самостійної роботи

Формами організації самостійної роботи студентів при вивченні матеріалу навчальної дисципліни є:

- опрацювання основ лекційного матеріалу;
- підготовка до практичних занять, поточного контролю теоретичних знань;
- систематизація вивченого матеріалу курсу перед екзаменом;
- вивчення окремих тем або питань, що передбачені для самостійного опрацювання з підготовкою письмових звітів.

Перелік питань, що виносяться на самостійне опрацювання:

Тема 1. Основні положення проведення моніторингу світового ринку туристичних послуг.

1. Суть і поняття моніторингу.
2. Сутність функціонування світового ринку готельних і ресторанних послуг.
3. Фактори, що впливають на коливання економічних показників.
4. Система показників моніторингу світового ринку туристичних послуг.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.01/242.00.1/М/ОК12- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 15_/8

Тема 2. Світовий ринок туристичних послуг: концептуальні засади, особливості еволюції та функціонування.

1. Ринок туристичних послуг та його територіальна організація.
2. Поняття, чинники формування та види ринку туристичних послуг.
3. Попит і пропозиція на туристичному ринку. Умови та можливості виходу на туристичний ринок.
4. Сутність ринку туристичних послуг та особливості його становлення і функціонування, класифікація основних видів туристичного ринку, аспекти його державного регулювання.

Тема 3. Закономірності ціноутворення та методологія визначення зовнішньо-торгівельних цін на туристичні послуги на міжнародному ринку.

1. Теоретичні аспекти розвитку ринку міжнародної готельної індустрії.
2. Методичні основи дослідження ринку готельних і туристичних послуг.
3. Оцінка попиту та пропозиції: методика і аналіз.
4. Характеристика особливостей комерційної діяльності підприємств на міжнародному ринку готельних і туристичних послуг.

Тема 4. Чинники формування та умови розвитку кон'юнктури міжнародних туристичних ринків.

1. Сутність кон'юктуроформувального чинника на світовому ринку туристичних послуг.
2. Класифікація кон'юктуроформувальних чинників.
3. Зв'язок з економічним циклом. Економічний цикл та його основні фази. Основні ознаки окремих фаз економічного циклу. Взаємозв'язок з об'єктом дослідження. Особливості кон'юнктури ринку туристичних послуг на різних фазах циклу.
4. Сфера формування кон'юктуроформувальних чинників. Вибір критеріїв, які дозволяють дати кількісну оцінку циклу і його окремих фаз.

Тема 5. Основні напрямки підвищення ефективності кон'юнктурної роботи на міжнародному ринку туристичних послуг.

1. Фактори, що визначають загальні напрями розвитку світового ринку готельних і ресторанних послуг.
2. Інформаційний ринок готельних і ресторанних послуг.
3. Застосування комп'ютерної техніки та пакетів прикладних програм для кон'юнктурного дослідження і прогнозування.

Тема 6. Інформаційне забезпечення моніторингу міжнародних туристичних ринків.

1. Основні види і форми інформації, яка використовується для моніторингу ринку туристичних послуг. Прогнозна, планова, облікова, нормативна інформація і інформація для аналізу діяльності і оперативного управління. Види

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.01/242.00.1/М/ОК12- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 15_/9

джерел інформації.

2. Переваги і недоліки первинної і вторинної інформації.
3. Внутрішня і зовнішня інформація. Кількісна і якісна інформація.
4. Загальносвітові, регіональні, національні і галузеві джерела інформації у сфері ринку туристичних послуг. Українські джерела інформації в туристичній сфері.

Тема 7. Аналіз кон'юнктури міжнародного ринку готельних і ресторанних послуг.

1. Методи вивчення кон'юнктури готельних і ресторанних послуг.
2. Дослідження кон'юнктури ринку готельних і ресторанних послуг у межах маркетингу.
3. Динаміка основних показників кон'юнктури міжнародного ринку готельних і туристичних послуг у розрізі регіонів.
4. Вивчення кон'юнктури ринку готельних і туристичних послуг України на світовому ринку.

Тема 8. Кон'юнктурний прогноз світового ринку готельних і ресторанних послуг.

1. Оцінка конкурентоспроможності підприємств на ринку готельних і туристичних послуг.
2. Дослідження можливостей розвитку міжнародного ринку.
3. Прогнози кон'юнктури та її використання в плануванні роботи готельних і туристичних підприємств на ринку.

7. Індивідуальні завдання

7.1. Заочна форма навчання

З дисципліни «Моніторинг міжнародних туристичних ринків» студент заочної форми навчання зобов'язаний виконати контрольну роботу.

Мета виконання індивідуальної контрольної роботи – систематизація, закріплення і розширення отриманих в ході вивчення курсу теоретичних і практичних знань, підготовка студентів до самостійної практичної роботи.

Виконання теоретичного розділу контрольної роботи має наступні завдання:

1. Закріплення та поглиблення знань з теми, що відноситься до практичного питання.
2. Формування навичок навчально-наукового пошуку при роботі з джерелами інформації.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ ВИКОНАННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

1. Суть і поняття «Моніторингу».
2. Показники моніторингу світового ринку туристичних послуг.
3. Предмет моніторингу світового ринку готельних і ресторанних послуг.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.01/242.00.1/М/ОК12- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 15_ / 10

4. Методи дослідження при проведенні моніторингу.
5. Для чого використовується інформація, яка отримана за допомогою моніторингу?
6. Методичні основи дослідження ринку готельних і туристичних послуг.
Оцінка попиту та пропозиції: методика і аналіз.
8. Характеристика особливостей комерційної діяльності підприємств на міжнародному ринку готельних і туристичних послуг.
9. Поняття «Оцінювання». Основні групи оцінювання.
10. Поняття «Контролінгу». Його функції. Види контролінгу.
11. Характеристика оперативного контролінгу.
12. Характеристика стратегічного контролінгу.
13. Функції стратегічного контролінгу.
14. Структурні елементи моніторингу.
15. Основні види і форми інформації, яка використовується для моніторингу ринку туристичних послуг.
16. Прогнозна, планова, облікова, нормативна інформація і інформація для аналізу діяльності і оперативного управління. Види джерел інформації.
17. Переваги і недоліки первинної і вторинної інформації.
18. Внутрішня і зовнішня інформація.
19. Кількісна і якісна інформація.
20. Загальносвітові, регіональні, національні і галузеві джерела інформації усфері ринку туристичних послуг.
21. Українські джерела інформації в туристичній сфері.
22. Фактори, що впливають на коливання економічних показників.
23. Об'єктивні фактори, що впливають на коливання економічних показників.
24. Суб'єктивні фактори, що впливають на коливання економічних показників.
25. Підходи щодо визначення якості обслуговування.
26. Сутність кон'юнктуроформувального чинника на світовому ринку туристичних послуг.
27. Класифікація кон'юнктуроформувальних чинників.
28. Основні ознаки окремих фаз економічного циклу.
29. Взаємозв'язок з об'єктом дослідження.
30. Особливості кон'юнктури ринку туристичних послуг на різних фазах циклу.
31. Сфера формування кон'юнктуроформувальних чинників.
32. Вибір критеріїв, які дозволяють дати кількісну оцінку циклу і його окремих фаз.
33. Тенденції розвитку готельного бізнесу.
34. Методи дослідження ринку туристичних послуг.
35. Суть і поняття системно-структурного аналізу ринку туристичних

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.01/242.00.1/М/ОК12- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 15_ / 11

послуг.

36. Що є одиницею макрорегіонального аналізу?
37. Поняття «Туристична послуга».
38. Основні методичні вимоги до кон'юнктурних досліджень.
39. Поняття «Кон'юнктура ринку».
40. Основні і додаткові туристичні послуги.
41. Характерні риси кон'юнктури ринку.
42. Основні завданнями дослідження кон'юнктури ринку.
43. Етапи дослідження кон'юнктури ринку.
44. Класифікація ринків.
45. Фактори, що визначають загальні напрями розвитку світового ринку готельних і ресторанных послуг.
46. Фактори непрямого впливу на сферу готельно-ресторанного бізнесу.
47. Фактори прямої дії на сферу готельно-ресторанного бізнесу.
48. Методи вивчення кон'юнктури готельних і ресторанных послуг.
49. Дослідження кон'юнктури ринку готельних і ресторанных послуг у межах маркетингу.
50. Динаміка основних показників кон'юнктури міжнародного ринку готельних і туристичних послуг у розрізі регіонів.
51. Кон'юнктура ринку готельних і туристичних послуг України на світовому ринку.
52. Оцінка конкурентоспроможності підприємств на ринку готельних і туристичних послуг.
53. Дослідження можливостей розвитку міжнародного ринку.
54. Прогнози кон'юнктури та його використання в плануванні роботи готельних і туристичних підприємств на ринку.
55. Поняття «Інформаційний продукт».
56. Особливості розвитку світового ринку туристичних послуг.
57. Фактори позитивного впливу розвитку світового ринку туристичних послуг.
58. Негативні фактори розвитку світового ринку туристичних послуг.
59. Тенденції розвитку туризму до 2020 року за прогнозами ЮНВТО.
60. Тенденції розвитку міжнародної туристичної діяльності.

8. Методи навчання

Для вивчення дисципліни «Моніторинг міжнародних туристичних ринків» застосовуються такі методи навчання: лекційний метод, пояснення, інформаційне повідомлення, розповідь, бесіда, дискусія, робота студентів з навчальною літературою тощо.

9. Методи контролю **Поточний контроль**

У процесі поточного контролю здійснюється перевірка запам'ятовування та

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.01/242.00.1/М/ОК12- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 15_ / 12

розуміння програмного матеріалу, набуття вміння і навичок конкретних розрахунків та обґрунтувань, опрацювання, публічного та письмового викладу (презентації) певних питань дисципліни.

Поточний контроль здійснюється шляхом опитування або тестування під час лекцій та практичних занять, а також за підсумками систематичності і активності роботи студента протягом семестру. У разі невиконання завдань поточного контролю з об'єктивних причин, студент має право скласти їх індивідуально до останнього практичного заняття. Порядок організації такого контролю визначає викладач, який проводить практичні заняття.

Результати поточного контролю знань студентів заносяться до робочого журналу викладача та доводяться до відома студентів.

Систематичність і активність роботи студента протягом семестру контролюється і оцінюється за такими видами роботи: відвідування практичних занять; виступи на практичних заняттях, участь в обговоренні питань певної теми, відповіді на запитання викладача щодо їх суті; виконання домашніх завдань; експрес-тестування; підготовка аналітичних оглядів (рефератів) з окремих питань; участь у студентських конференціях, олімпіадах, конкурсах з проблем дисципліни.

Оцінювання зазначених видів поточної роботи студента здійснюється за шкалою, відображеною у таблиці

Перелік робіт, обов'язкових для виконання студентом під час вивчення дисципліни
«Моніторинг міжнародних туристичних ринків»

Види робіт	Кількість балів
1. Виступ на практичному занятті, участь в обговоренні окремих проблем, відповідь на запитання викладача (з інтервалом оцінок 0, 1, 2, 3 залежно від розуміння суті питання, повноти його висвітлення і глибини аргументації")	0 - 3
2. Поточне експрес-тестування (з інтервалом оцінок 0, 1, 2 залежно від кількості правильних відповідей)	0 - 2
3. Підготовка та презентація аналітичних оглядів (рефератів) з окремих питань за погодженням з викладачем	0-5

Модульний контроль

Модульний контроль здійснюється у формі 2 контрольних заходів (максимальна оцінка – 20 балів) за окремими частинами дисципліни (модулями).

За відсутності студента на контрольному заході без поважних причин модуль вважається не опанованим. Перескладання модулів здійснюється у терміни визначені викладачем. Результати модульного контролю доводяться до відома студентів.

Підсумковий контроль

Підсумковий контроль – комплексне оцінювання якості засвоєння навчального матеріалу дисципліни за всіма видами навчальних занять. Підсумковий контроль

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.01/242.00.1/М/ОК12- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 15_ / 13

здійснюється у формі екзамену. Основним завданням підсумкового контролю є перевірка розуміння студентами програмного матеріалу дисципліни в цілому, розуміння логіки та взаємозв'язків між окремими розділами, здатність творчо використовувати отриманні знання.

У разі виконання студентом всіх видів поточних та модульних контрольних заходів семестровий контроль може проводитись без участі студента шляхом визначення середньозваженого бала результатів трьох модульних контролів.

Для формування підсумкової оцінки знань студентів за поточною сумою балів і одержаними балами на заліку використовується уніфікована шкала оцінювання з переведенням одержаних балів в традиційну шкалу оцінок та в оцінки ECTS.

При одержанні студентом від 0 до 59 балів він повторно самостійно опрацьовує і письмово подає всі розв'язки модульні завдань і тестів викладачу для вирішення питання щодо формування підсумкової оцінки.

10. Розподіл балів

Поточне тестування та самостійна робота								Сума
Змістовий модуль 1			Змістовий модуль 2					
T 1	T 2	T 3	T 4	T 5	T 6	T 7	T 8	
10	20	20	10	10	10	10	10	100

Шкала оцінювання

За шкалою	Екзамен	Залік	Бали
A	Відмінно	Зараховано	90-100
B	Добре	Зараховано	82-89
C			74-81
D	Задовільно	Зараховано	64-73
E			60-63
FX	Незадовільно	Не зараховано	35-59
F		Не зараховано	0-34

11. Рекомендована література

Основна література

1. Горіна Г. О. Світовий ринок туристичних послуг : конспект лекцій. Кривий Ріг, 2016. 110 с.
2. Герасименко В. Г. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / В.Г Герасименко С.С. Галасюк, С.Г Нездоймінов /за заг. ред. В. Г. Герасименка. Одеса : Астропринт, 2013. 304 с.
3. Гонтаржевська Л. І. Ринок туристичних послуг в Україні. Донецьк : Східний видавничий дім, 2008. 180 с.
4. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 224 с
5. Іщук С. І. Територіально-виробничі комплекси і економічне

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.01/242.00.1/М/ОК12- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 15_ / 14

районування : методологія, теорія: навч. посібник для студ. географ. та екон. спец. вузів. Київ : КНУ, 1996. 244 с.

6. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг : навч. посіб. Київ : «Альтпрес», 2002. 300 с.

7. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) : навч. посіб. 2-е вид., перероб. та доп. Київ : «Альтпрес», 2003. 436 с.

8. Любіцева О. О. Потенціал рекреаційний. *Екологічна енциклопедія: у 3 т. / редколегія: А. В. Толстоухов (гол. ред.) та ін.* Київ : ТОВ «Центр екологічної освіти та інформації», 2008. Т. 3: О-Я. С. 129–130.

9. Любіцева О., Панкова Є., Стафійчук В. Туристичні ресурси України: навч. посіб. Київ : Альтерпрес, 2007. 369 с.

10. Любіцева О. О. Географія туризму / О. О. Любіцева, М. П. Мальська, Ю. В. Зінько. *Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму* : монографія. Київ : ВЦ «Академія», 2013. С. 60–87.

11. Мальська М. П., Пурська І. С. Актуальні проблеми управління туристичною індустрією: навч. посіб. Львів : Вид. центр ЛНУ, 2006. 78 с.

12. Мальська М. П. Туризм у міжнародному і національному вимірах. *Історія і сучасність* / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, Н. М. Паньків: монографія. Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2008. 266 с.

13. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. Київ : Знання. 661 с.

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

15. Мальська М. П. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика) : підручник / М. П. Мальська, О. М. Гаталяк, Н. М. Ганич. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 304 с.

16. Мальська М. П., Мандюк Н. Л. Маркетинг у туризмі : підручник. Львів : Український бестселер, 2015. 364 с.

17. Пістун М. Д. Основи теорії суспільної географії: навч. посіб. Київ : Вища школа, 1996. 231 с.

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

Додаткова:

1. Агафонова Л. Г., Агафонова О. Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навч. посіб. Київ : Знання України, 2002. 358 с.

2. Вітер І. І. Глобальний ринок туристичних послуг: проблеми та перспективи розвитку. *Культура і освіта фахівців туристичної сфери: сучасні тенденції та прогнози.* Київ : КУТЕП, 2005. С. 513–521.

3. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці : Книги – ХХІ, 2003. 300 с.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.01/242.00.1/М/ОК12- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 15_ / 15

4. Кучеренко К.В. Сучасні підходи до організації процесу формування міжнародного туристичного бренду країни. *Інвестиції: практика та досвід*. 2013. № 12. С. 96–100.
5. Мельниченко О. А., Величко Л. Ю. Індустрія туризму: сутність, складові, кластери, необхідність державного регулювання. *Теорія та практика державного управління*: зб. наук. пр. Харків: Вид-во ХарРІ НАДУ «Магістр», 2015. № 4. С. 3–9.
6. Пістун М.Д. Основи теорії суспільної географії: навч. посіб. Київ : Вища школа, 1996. 231 с.
7. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія. 2-ге вид., випр. і допов. Київ : Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2009. 463 с.
8. Україна: конкурування в світовій економіці – Стратегії успіху / Агентство США з міжнародного розвитку USAID UKRANE. Київ : [б. в.], 2005. 172 с.
9. Устименко Л. М., Афанасьєв І. Ю. Історія туризму : навч. посіб. Київ : Альтерпрес, 2005. 320 с.
10. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії : навч. посіб. Чернівці : [б. в.], 2003. 662 с.
11. Шаблій О. О. Суспільна географія: теорія, історія, українознавчі студії. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2001. 744 с.

12. Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. Державна служба статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Міністерство культури і туризму України. «Підсумки туристичного сезону 2015 року». URL: http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/publish/article/225433j_sessionid=0D8_3FF45195E032_487951CE94852260C.
3. Міністерство культури і туризму України «Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні на сучасному етапі». URL: http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/publish/article/183853j_sessionid=CBACCE6697D400A11_6E060EE2C513F8C.