

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО
Кафедра економіки і бізнесу**

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри, к.е.н., доцент



Лариса БОЛТЯНСЬКА

«31» серпня 2022 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Ринок туристичних послуг»

для здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр»

зі спеціальності 242 «Туризм» за ОПП «Туризм»

(на основі повної загальної середньої освіти)

факультет економіки та бізнесу

2022 – 2023 навч. рік

Робоча програма навчальної дисципліни «Електронна комерція» для здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр» зі спеціальності 242 «Туризм» за ОПП «Туризм». – Запоріжжя, ТДАТУ. 2022. – 14 с.

Розробник: Лисак О.І., к.е.н., доцент

Робочу програму затверджено на засіданні кафедри економіки і бізнесу

Протокол № 1 від 31 серпня 2022 року

Зав. кафедри економіки і бізнесу

к.е.н., доцент  Лариса БОЛТЯНСЬКА

Схвалено методичною комісією факультету економіки та бізнесу зі спеціальності 242 «Туризм» за ОПП «Туризм» (на основі повної загальної середньої освіти).

Протокол №1 від 2 вересня 2022 року

Голова, доц.  Анна КОСТЯКОВА

2 вересня 2022 року

1 ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	
Кількість кредитів 4	Галузь знань 24 «Сфера обслуговування» (шифр і назва)	обов'язкова	
Загальна кількість годин – 120 годин	Спеціальність 242 «Туризм»	Курс	Семестр
Змістових модулів - 2		4	8-й
Тижневе навантаження: аудиторних занять - 6 год. самостійна робота студента – 7,3 год.	Ступінь вищої освіти: «Бакалавр»	Вид занять	Кількість годин
		Лекції	18 год.
		Лабораторні заняття	-
		Практичні заняття	36 год.
		Семінарські заняття	-
		Самостійна робота	66 год.
		Форма контролю: диференційований залік	

2 МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Будучи складовою світового господарства, ринок туристичних послуг безпосередньо залежний від дії і впливу основних світових господарських законів, закономірностей та їх специфічних проявів у сфері туризму. При цьому туристичний ринок як відкрита функціонально-галузева система зазнає на собі впливу усіх глобалізаційних процесів, притаманних сучасному етапові розвитку світової економіки. У зв'язку з цим, розвиток національного ринку туристичних послуг в умовах інтеграції до світового туристичного простору вимагає системного обліку і аналізу основних тенденцій розвитку міжнародного туризму, серед яких: глобалізація світового туристичного господарства, диверсифікація туристичного попиту і пропозиції, просторова поляризація світового туристичного ринку, перехід від природно-ресурсної до інвестиційно-інноваційної стадії розвитку туризму. Все це зумовлює особливу актуальність вивчення дисципліни «Ринок туристичної послуг» студентами спеціальностей «Туризм».

Основна мета дисципліни «Ринок туристичних послуг» полягає у формуванні у студентів базових знань та навичок з теоретичних засад та практичних умінь аналізу закономірностей, факторів та тенденцій розвитку ринку туристичних послуг, набуття навиків управління ним.

Завданнями дисципліни «Ринок туристичних послуг» є вивчення теоретико-методологічних засад розвитку ринку туристичних послуг; оволодіння навичками щодо визначення кон'юнктури та сучасних трендів розвитку туристичного ринку; оволодіння методами діагностики стану та особливостей розвитку світового і національного ринків туристичних послуг; дослідження системної взаємодії суб'єктів ринку туристичних послуг; вивчення імперативів розвитку ринку туристичних послуг України в умовах просторової поляризації.

Завдання курсу:

- ознайомлення з термінологією та понятійним апаратом ринку туристичних послуг;
- засвоєння методичного інструментарію макрорегіонального дослідження ринку туристичних послуг, а також національного туристичного ринку;
- набуття навичок застосовувати набуті теоретичні знання на практиці.

В результаті вивчення даного курсу студент повинен

знати:

- понятійний апарат ринку туристичних послуг;

- механізм та закономірності функціонування ринку туристичних послуг і територіальну організацію на різних ієрархічних рівнях;
- структурно-типологічні ознаки туристичного ринку, принципи його сегментації;
- умови та чинники формування і територіальну організацію індустрії туризму як основу розвитку національного ринку туристичних послуг;
- фактори, що впливають на попит та пропозиції в туризмі;
- структурно-логічну схему геопросторового дослідження туристичного ринку;
- принципи ціноутворення туристичного продукту;
- методика макрорегіональних досліджень туристичного ринку;
- методика дослідження національного туристичного ринку;
- умови та чинники формування попиту туристичного ринку;
- класифікацію турів.

вміти:

- проводити сегментацію туристичного ринку за різними критеріями;
- оцінювати вплив туристичної галузі на економіку регіону та країни;
- проаналізувати розподіл і рух туристичних потоків у межах України та у світі;
- проводити розрахунок собівартості туристичного продукту;
- розробляти тури;
- аналізувати ринок туристичних послуг;
- опрацьовувати законодавчі і нормативні акти, статистичну інформацію, навчальну літературу періодичних видань.

Soft skills:

- **комунікативні навички:** письмове, вербальне й невербальне спілкування; - уміння спілкуватися по e-mail; вести суперечки і відстоювати свою позицію, спілкування в конфліктній ситуації; навички створення, керування й побудови відносин у команді.
- **уміння виступати привселюдно:** навички, необхідні для виступів на публіці; проводити презентації.
- **керування часом** - уміння справлятися із завданнями вчасно.
- **гнучкість і адаптивність:** гнучкість, адаптивність і здатність мінятися; уміння аналізувати ситуацію, орієнтування на вирішення проблем.
- **лідерські якості:** уміння спокійно працювати в напруженому середовищі; уміння ухвалювати рішення; уміння встановлювати мету, планувати.
- **особисті якості:** креативне й критичне мислення; етичність, чесність, терпіння, повага до навколишніх.

Вивчення дисципліни включає лекційні, практичні заняття та самостійну роботу студентів, що сприяє закріпленню необхідних теоретичних знань, засвоєння матеріалу і вироблення навиків наукового мислення та допомагає набуттю практичних навичок для подальшого засвоєння матеріалу.

3 ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1. Теоретичні засади формування та розвитку ринку туристичних послуг

Тема 1. Ринок туристичних послуг та його територіальна організація.

Ринок послуг в структурі світового господарства. Поняття світового ринку. Поняття «послуги». Основні класифікації послуг.. Специфіка туристичної послуги, характерні ознаки туристичного ринку.

Поняття ринку туристичних послуг. Структура ринку туристичних послуг. Функції ринку туристичних послуг. Туристичні підприємства. Сегменти туристичного ринку. Система показників туристичного ринку. Основні етапи еволюції ринку турпослуг.

Тема 2. Індустрія туризму – основа розвитку національного ринку туристичних послуг.

Формування національного туристичного ринку. Поняття “індустрія туризму”. Індустрія туризму як міжгалузевий комплекс, її місце і роль у господарському комплексі країни. Структура індустрії туризму. Характеристика складових індустрії туризму. Зв’язок індустрії туризму з господарським комплексом території. Територіальна організація індустрії туризму, її елементи. Взаємозв’язок туризму з національною економікою. Сутність і чинники формування національного ринку туристичних послуг.

Тема 3. Національні туристичні ринки: структура та типологія.

Поліструктурність туристичного ринку. Класифікаційні ознаки туристичного ринку. Типологія національних туристичних ринків. Типи національних туристичних ринків.

Тема 4. Геопросторове дослідження туристичного ринку. Методика макрорегіональних досліджень туристичного ринку.

Застосування загальнонаукових, міждисциплінарних і спеціальних методів. Парадигми дослідження туристичного ринку. Структурно-логічна схема суспільно-географічного дослідження туристичного ринку. Модель реалізації компонентного системно-структурного просторово-часового аналізу регіонального туристичного тинку. Принципова модель дослідження туристичного ринку. Дослідження стану і напрямів розвитку національного ринку як складової регіонального та глобального ринків туристичних послуг.

Оцінка умов і чинників функціонування національного ринку туристичних послуг. Дослідження зовнішньої функції національного ринку туристичних послуг. Методика дослідження внутрішнього ринку туристичних послуг. Комплексний аналіз національного туристичного ринку.

Змістовний модуль 2. Організація функціонування ринку туристичних послуг

Тема 5. Умови і чинники формування попиту на послуги туризму.

Класифікація умов і чинників, їх вплив на формування попиту та послуги туризму. Стиль життя як інтегральний чинник туристичного попиту. Критерії класифікації стилів життя. Характеристика туристичного попиту. Поведінка споживачів. Структура витрат туриста. Мотиваційні пріоритети і процес прийняття рішень. Тип і характерні ознаки поведінки споживачів туристичних послуг.

Тема 6. Сегментація і територіальна організація ринку туристичного попиту. Тур як основний ринковий продукт.

Сегментування туристичного ринку. Типи туристів. Поняття, вимоги та обмеження туристичного ринку. Види сегментування туристичного ринку. Сегментування за географічною ознакою. Сегментування за геодемографічною ознакою. Сегментування за демографічною ознакою. Сегментування за соціально-економічною ознакою. Сегментування за психографічною ознакою. Сегментування за поведінковою ознакою. Багатомірне сегментування. Методи сегментування туристичного ринку. Сутність туристичного попиту, основні риси. Потреби і попит. Споживчий вибір в туризмі. Сучасні тенденції туристичного попиту.

Класифікація турів. Принципи та методика розробки турів. Ціноутворення. Ринкова стратегія виробника

Тема 7. Регуляторні механізми ринку туристичних послуг. Кон'юнктура туристичного ринку

Механізми регулювання ринку туристичних послуг. Умови та чинники формування кон'юнктури ринків різного рівня. Кон'юнктура як інструмент оцінки стану ринкового середовища. Конкурентоспроможність турпродукту. Оцінка конкурентоспроможності України на субрегіональному ринку. Конкурентні позиції України на туристичному ринку країн Центральної та Східної Європи.

Тема 8. Закономірності функціонування туристичного ринку.

Прояв дії загальних законів в туризмі. Закономірності формування ринку туристичних послуг. Туризм як геопросторовий процес і його специфічні ознаки. Суспільно-географічні закони і закономірності в туризмі. Закономірності геопросторової організації туристичного ринку.

4 СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Номер тижня	Вид занять	Тема заняття або завдання на самостійну роботу	Кількість			
			годин			балів
			лк	пр.	СРС	
Змістовий модуль 1. Теоретичні засади формування та розвитку ринку туристичних послуг						
1	Лекція 1	Ринок туристичних послуг та його територіальна організація.	2			
	Практичне заняття 1-2	Ринок туристичних послуг та його територіальна організація.		4		6
	Самостійна робота 1	Виконання практичних завдань, робота на ОП			5	2
2	Лекція 2	Індустрія туризму – основа розвитку національного ринку туристичних послуг.	2			
	Практичне заняття 3-4	Індустрія туризму – основа розвитку національного ринку туристичних послуг.		4		6
	Самостійна робота 2	Виконання практичних завдань, робота на ОП			5	2
3	Лекція 3	Національні туристичні ринки: структура та типологія.	2			
	Практичне заняття 5-6	Національні туристичні ринки: структура та типологія.		4		6
	Самостійна робота 3	Виконання практичних завдань, робота на ОП			5	2
4	Лекція 4	Геопросторове дослідження туристичного ринку.	2			
	Практичне заняття 7-8	Геопросторове дослідження туристичного ринку.		4		6
	Самостійна робота 4	Виконання практичних завдань, робота на ОП			5	2
5	Лекція 5	Геопросторове дослідження туристичного ринку.	2			
	Практичне заняття 9-10	Геопросторове дослідження туристичного ринку.		4		6
	Самостійна робота 5	Виконання практичних завдань, робота на ОП			5	2
6-7	Самостійна робота	Підготовка до написання ПМК I			6	
	ПМК I	Підсумковий контроль за змістовий модуль I				10
Всього за змістовий модуль 1 – 66 год.			10	20	36	50
Змістовий модуль 2. «Організація функціонування ринку туристичних послуг»						
8	Лекція 6	Умови і чинники формування попиту на послуги туризму.	2			
	Практичне заняття 11-12	Умови і чинники формування попиту на послуги туризму.		4		7
	Самостійна робота 6	Виконання практичних завдань, робота на ОП			6	2

9	Лекція 7	Сегментація і територіальна організація ринку туристичного попиту. Тур як основний ринковий продукт.	2			
	Практичне заняття 13-14	Сегментація і територіальна організація ринку туристичного попиту. Тур як основний ринковий продукт.		4		8
	Самостійна робота 7	Виконання практичних завдань, робота на ОП			6	3
10	Лекція 8	Регуляторні механізми ринку туристичних послуг. Кон'юнктура туристичного ринку	2			
	Практичне заняття 15-16	Регуляторні механізми ринку туристичних послуг. Кон'юнктура туристичного ринку		4		8
	Самостійна робота 8	Виконання практичних завдань, робота на ОП			6	3
11	Лекція 9	Закономірності функціонування туристичного ринку.	2			
	Практичне заняття 17-18	Закономірності функціонування туристичного ринку.		4		7
	Самостійна робота 9	Виконання практичних завдань, робота на ОП			6	2
13-14	Самостійна робота	Підготовка до написання ПМК II			6	
	ПМК I	Підсумковий контроль за змістовий модуль II				10
Всього за змістовний модуль 2 – 54 год.			8	16	30	50
Всього з навчальної дисципліни – 120 год.			18	36	66	100

5. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ПІДСУМКОВИЙ МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ № 1

1. Ринок послуг в структурі світового господарства.
2. Поняття «послуги». Основні класифікації послуг.
3. Специфіка туристичної послуги, характерні ознаки туристичного ринку.
4. Поняття ринку туристичних послуг.
5. Структура ринку туристичних послуг.
6. Функції ринку туристичних послуг.
7. Сегменти туристичного ринку.
8. Система показників туристичного ринку.
9. Основні етапи еволюції ринку турпослуг.
10. Формування національного туристичного ринку.
11. Поняття «індустрія туризму». Індустрія туризму як міжгалузевий комплекс, її місце і роль у господарському комплексі країни.
12. Структура індустрії туризму.
13. Характеристика складових індустрії туризму.
14. Територіальна організація індустрії туризму, її елементи.
15. Сутність і чинники формування національного ринку туристичних послуг.
16. Поліструктурність туристичного ринку.
17. Класифікаційні ознаки туристичного ринку.
18. Типологія національних туристичних ринків.
19. Типи національних туристичних ринків.
20. Парадигми дослідження туристичного ринку.
21. Структурно-логічна схема суспільно-географічного дослідження туристичного ринку.
22. Модель реалізації компонентного системно-структурного просторово-часового аналізу регіонального туристичного тинку.
23. Принципова модель дослідження туристичного ринку.
24. Методика дослідження туристичного ринку макрорівня.
25. Оцінка умов і чинників функціонування національного ринку туристичних послуг.
26. Дослідження зовнішньої функції національного ринку туристичних послуг.
27. Методика дослідження внутрішнього ринку туристичних послуг.
28. Комплексний аналіз національного туристичного ринку.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ПІДСУМКОВИЙ МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ № 2

1. Класифікація умов і чинників, їх вплив на формування попиту та послуги туризму.
2. Стиль життя як інтегральний чинник туристичного попиту. Критерії класифікації стилів життя.
3. Характеристика туристичного попиту.
4. Структура витрат туриста.
5. Мотиваційні пріоритети і процес прийняття рішень.
6. Тип і характерні ознаки поведінки споживачів туристичних послуг.
7. Сегментування туристичного ринку. Типи туристів.
8. Поняття, вимоги та обмеження туристичного ринку.
9. Види сегментування туристичного ринку.
10. Методи сегментування туристичного ринку.
11. Сутність туристичного попиту, основні риси. Потреби і попит.
12. Споживчий вибір в туризмі.
13. Сучасні тенденції туристичного попиту.
14. Класифікація турів.
15. Принципи та методика розробки турів.
16. Ціноутворення. Ринкова стратегія виробника.
17. Механізми регулювання ринку туристичних послуг.
18. Умови та чинники формування кон'юнктури ринків різного рівня.
19. Конкурентоспроможність турпродукту.
20. Оцінка конкурентоспроможності України на субрегіональному ринку.
21. Конкурентні позиції України на туристичному ринку країн Центральної та Східної Європи.
22. Прояв дії загальних законів в туризмі.
23. Закономірності формування ринку туристичних послуг.
24. Туризм як геопросторовий процес і його специфічні ознаки.
25. Суспільно-географічні закони і закономірності в туризмі.
26. Закономірності геопросторової організації туристичного ринку.

6. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Горіна Г.О. Світовий ринок туристичних послуг [Текст] : конспект лекцій / Г.О. Горіна ; ДонНУЕТ. – Кривий Ріг, 2016. – 110 с.
2. Гонтаржевська Л. І. Ринок туристичних послуг в Україні / Л. І. Гонтаржевська. – Донецьк : Східний видавничий дім, 2008. – 180 с.
3. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу / Л. П. Дядечко. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 224 с
4. Любіцева О.О. Потенціал рекреаційний // Екологічна енциклопедія: у 3 т. / редколегія: А.В. Толстоухов (гол. ред.) та ін. / О.О. Любіцева. – К.: – ТОВ «Центр екологічної освіти та інформації», 2008. – Т. 3: О-Я. – С. 129-130.
5. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг / Любіцева О. О. – К. : Альтерпрес, 2006. – 436 с.
6. Любіцева О. Туристичні ресурси України: навч. посібник /О. Любіцева, Є. Панкова, В. Стафійчук. – К.: Альтерпрес, 2007. – 369 с.
7. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика : навч. посіб. / М. П. Мальська, В. В. Худо. – Київ : ЦУЛ, 2007. – 424 с.
8. Мальська М. П. Особливості туристичних послуг: проблеми пов'язані з їх просуванням / М. П. Мальська, Ю. С. Занько // Географія і туризм: європейський досвід. Матеріали II міжнар. наук. конф. – (Львів–Славське, 25–28 вересня 2008 р.). – Львів : Вид. центр ЛНУ, 2008. – С. 87–89.
9. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник / М.П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. – К. : Знання, – 661 с.
10. Федорченко В. К. Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму : монографія / В. К. Федорченко, В. С. Пазенок, О. А. Кручек, М. П. Мальська та ін. / К. : ВЦ “Академія”, 2013. – 368 с.

Додаткова

1. Агафонова Л. Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навч. посіб. / Агафонова Л. Г., Агафонова О. Є. – К. : Знання України, 2002. – 358 с.
2. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу / Дядечко Л. П. – К. : Центр навч. л-ри, 2007. – 224 с.
3. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / Кифяк В. Ф. – Чернівці : Книги – ХХІ, 2003. – 300 с.

4. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія / Тетяна Іванівна Ткаченко. – 2-ге вид., випр. і допов. – К. : Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2009. – 463 с.
5. Україна: конкурування в світовій економіці – Стратегії успіху / Агентство США з міжнародного розвитку USAID UKRANE. – К. : [б. в.], 2005. – 172 с.
6. Устименко Л. М. Історія туризму : навч. посіб. / Устименко Л. М., Афанасьєв І. Ю. – К. : Аль- терпрес, 2005. – 320 с.
7. Холлоуей Дж. Туристический бизнес : пер. с 7-го англ. изд. / Холлоуей Дж., Тейлор Н. – К. : Знання, 2007. – 798 с.
8. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії : навч. посіб. / Школа І. М. – Чернівці : [б. в.], 2003. – 662 с.
9. Державна служба статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрана.
10. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015 World Economic Forum. – Geneva : [s. 1.], 2015. – 501 с. 20. Travel & Tourism Economic Impact 2016 Ukraine / World Travel & Tourism Council. – London : [s. 1.], 2016. – 24 с.

7. ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Освітній портал ТДАТУ <http://op.tsatu.edu.ua/login/index.php>
2. Наукова бібліотека ТДАТУ <http://www.tsatu.edu.ua/biblioteka/>
3. Методичний кабінет кафедри економіки і бізнесу.
4. Сайт кафедри економіки і бізнесу <http://www.tsatu.edu.ua/et/>
5. Internet.