

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В.Н. КАРАЗІНА

Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

**КОМПЛЕКС НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНОГО  
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ  
з дисципліни**

**«МІЖНАРОДНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС»  
(англійською мовою)**

рівень вищої освіти другий (магістерський)

галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

спеціальність 242 «Туризм»

освітня програма «Туризм»

види дисциплін обов'язкова

факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Укладач: канд. екон. наук, доц. Подлепіна П.О.

1. Навчальний контент:
  - 1.1. Дистанційний курс: Подлепіна П. О. **Міжнародний туристичний бізнес** // Навчально-методична праця. - Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2021. Режим доступу: <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=5046>
  - 1.2. Тематичний план навчальної дисципліни:

**Розділ 1. Теоретико-методологічні засади розвитку міжнародного туристичного бізнесу (Chapter 1. Theoretical and methodological principles of the international tourism business)**

**Тема 1.** Міжнародний туристичний бізнес як економічна категорія: основні поняття, види (форми), теорії розвитку, соціально-економічний, культурний та екологічний напрями впливу (**International tourism business as an economic category: basic concepts, types (forms), theories of development, socioeconomic, cultural and environment impact**)

Поняття «міжнародний бізнес», «міжнародний туристичний бізнес», форми міжнародного бізнесу, теорії розвитку міжнародної торгівлі товарами та послугами, конкурентоспроможність туристичного бізнесу та його оцінка за допомогою індексів, вплив міжнародного туристичного бізнесу на соціально-економічний, культурний та екологічний розвиток дестинації.

**Тема 2.** Середовище міжнародного туристичного бізнесу: фактори його формування, сучасні ризики та небезпеки (**The environment of international tourism business: factors of its formation, modern risks and dangers**)

Поняття «середовище», «бізнес-середовище», важливість дослідження бізнес-середовища в процесі розвитку міжнародного туристичного бізнесу, характерні риси бізнес-середовища, складові мікро- та макросередовища міжнародного туристичного бізнесу, роль SWOT аналізу у процесі дослідження бізнес-середовища, сучасні ризики та небезпеки середовища

міжнародного туристичного бізнесу.

**Тема 3.** Компонентна структура системи міжнародного туристичного бізнесу: суб'єкти, нові форми організації в умовах глобалізації та інтернаціоналізації (**The component structure of the international tourism business system: subjects, new forms of organization in the conditions of globalization and internationalization**)

Туристичний бізнес як система: характеристика основних компонентів, характерні риси дестинації, роль держави у розвитку міжнародного туристичного бізнесу, сучасна класифікація туристів як споживачів міжнародного туристичного продукту.

**Тема 4.** Сучасні тенденції розвитку міжнародного туристичного бізнесу (Current trends of the international tourism business development)

Сталий розвиток міжнародного туристичного бізнесу, вплив Covid 19 на туристичний бізнес, екологізація, інноваційність та персоніфікація процесу надання міжнародних туристичних послуг тощо.

**Розділ 2. Організація та просування туристичного бізнесу на міжнародній рівень** (Chapter 2. Organization and promotion of tourism business at the international level)

**Тема 5.** Особливості міжнародного маркетингу в туристичному бізнесу (The features of international marketing in the tourism business)

Поняття «міжнародний маркетинг», характерні риси та переваги міжнародного маркетингу, принципи та суб'єкти міжнародного маркетингового процесу, переваги та головні етапи проведення міжнародного маркетингового дослідження, механізм аналізу ринку країни-потенційного партнера.

**Тема 6.** Розробка стратегії виходу національних суб'єктів туристичного бізнесу на світовий ринок (Development of the national tourism business entry strategy into the world market)

Поняття та сутність стратегічного маркетингу. Поняття та головні принципи, складові міжнародного маркетингового плану. Головні критерії вибору країни для розробки стратегії розширення туристичного бізнесу. Види стратегій міжнародної експансії туристичного бізнесу.

2. Плани практичних (семінарських) занять, завдання для лабораторних робіт, самостійної роботи:

*Тема 1.* Міжнародний туристичний бізнес як економічна категорія: основні поняття, види (форми), теорії розвитку, соціально-економічний, культурний та екологічний напрями впливу (*International tourism business as an economic category: basic concepts, types (forms), theories of development, socioeconomic, cultural and environment impact*)

1. Теорії розвитку міжнародної торгівлі товарами та послугами, а саме теорія факторів виробництва, теорія конкурентних переваг

2. Індекс конкурентоспроможності сектору туризму та подорожей

3. Екологічний вплив міжнародного туристичного бізнесу на дестинації

4. Моделі взаємодії місцевого населення та туристів в процесі розвитку міжнародного туристичного бізнесу

Завдання:

- Розглянути теорію співвідношення факторів виробництва та її вплив на формування міжнародного туристичного бізнесу;

- виявити особливості прояву теорії конкурентних переваг в міжнародному туристичному бізнесі;

- оцінити конкурентні позиції України на міжнародному ринку туристичних послуг на основі аналізу критеріїв Індексу конкурентоспроможності галузі туризму та подорожей;

- проаналізувати вплив міжнародного туристичного бізнесу на екологічну складову дестинації;

- підготувати інформаційні повідомлення, презентації та виступи з вказаних питань

Література:

1. Ball D. A. International business. Boston; Toronto; London Irwin/McGraw-Hill, 1999. - 673 p

2. Beugelsdijk S. International economics and business. Cambridge [etc.] Cambridge University Press, 2013. - 475 p.

3. International business : a global perspective / Marios I. Katsiolouides and Spyros Hadjidakis. 723 p

4. The Business of Tourism / J. Christopher Holloway, Claire Humphreys. SAGE Publications Ltd; 11th edition. 2020. 744 p

5. Global Competitiveness Report Special Edition 2020: How Countries are Performing on the Road to Recovery. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: WEF\_TheGlobalCompetitivenessReport2020.pdf (weforum.org)

*Тема 2. Середовище міжнародного туристичного бізнесу: фактори його формування, сучасні ризики та небезпеки (The environment of international tourism business: factors of its formation, modern risks and dangers)*

1. Роль SWOT аналізу у процесі дослідження бізнес-середовища;

2. Сучасні ризики та небезпеки середовища міжнародного туристичного бізнесу.

Завдання:

- провести SWOT- аналіз розвитку туристичного бізнесу в Україні та у будь-якій іншій країні світу, яка є привабливою для міжнародного туристичного бізнесу. Зробити висновки;

- виявити сучасні ризики та небезпеки середовища міжнародного туристичного бізнесу;

- підготувати інформаційні повідомлення, презентації та виступи з вказаних питань

Література:

1. Peng, M. W. International business. Cengage Learning, 2011. - 645 p.

2. Robert Christie Mill. Tourism. The international business. – The open university of Hong Kong. – 2010/ - 326 p.

3. The Business of Tourism / J. Christopher Holloway, Claire Humphreys. SAGE Publications Ltd; 11th edition. 2020. 744 p
4. Fundamentals for Tourism Businesses. The essential guide to understanding the BC tourism industry. - Destination BC. – 2013. – 41p.
5. Cullen P. Economics for hospitality management. London International Thomson Business Press, 1997. - 245 p.

*Тема 3. Компонентна структура системи міжнародного туристичного бізнесу: суб'єкти, нові форми організації в умовах глобалізації та інтернаціоналізації (The component structure of the international tourism business system: subjects, new forms of organization in the conditions of globalization and internationalization)*

1. Роль держави у розвитку міжнародного туристичного бізнесу
2. Дестинація та її характерні риси
3. Сучасна типологія туристів як споживачів міжнародних туристичних послуг
4. Нові форми бізнесових структур в міжнародному туризмі в умовах посилення глобалізації та інтернаціоналізації світової економіки

Завдання:

- оцінити роль держави (державної політики, нормативно-правового забезпечення, державних установ) у розвитку міжнародного туристичного бізнесу;

- проаналізувати концепт «дестинації», виявити її ключові характеристики та складові;

- описати нові типи туристів – споживачів міжнародних туристичних послуг;

- охарактеризувати нові форми бізнесових структур в умовах посилення глобалізації та інтернаціоналізації світової економіки (ТНК, МНК, концерни, синдикати). Виявити особливості їх функціонування на сучасному етапі

- підготувати інформаційні повідомлення, презентації та виступи з вказаних питань

Література:

1. Hudson S. Customer service for hospitality and tourism. Goodfellow Publishers, 2013. - 304 p.
2. International business : a global perspective / Marios I. Katsiolouides and Spyros Hadjidakis. 723 p.
3. List of business entities. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://en.wikipedia.org/wiki/Types\\_of\\_business\\_entity](http://en.wikipedia.org/wiki/Types_of_business_entity)
4. Robert Christie Mill. Tourism. The international business. – The open university of Hong Kong. – 2010/ - 326 p.
5. The Business of Tourism / J. Christopher Holloway, Claire Humphreys. SAGE Publications Ltd; 11th edition. 2020. 744 p

*Тема 4. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туристичного бізнесу  
(Current trends of the international tourism business development)*

1. Сталий розвиток міжнародного туристичного бізнесу
2. Вплив Covid 19 на туристичний бізнес
3. Екологізація міжнародного туристичного бізнесу
4. Інноваційність та персоніфікація процесу надання міжнародних туристичних послуг тощо.

**Завдання:**

- проаналізувати сучасні тенденції розвитку міжнародного туристичного бізнесу, а саме: екологізація, імплементація концепції сталого розвитку та його цілей, диджиталізація, інформатизація, вплив COVID 19 на трансформацію ринку, диверсифікація попиту та пропозиції, інноваційність розвитку та ін.;
- підготувати інформаційні повідомлення, презентації та виступи за вказаними напрямками

**Література:**

1. International business : a global perspective / Marios I. Katsiolouides and Spyros Hadjidakis. 723 p.
2. List of business entities. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://en.wikipedia.org/wiki/Types\\_of\\_business\\_entity](http://en.wikipedia.org/wiki/Types_of_business_entity)
3. Robert Christie Mill. Tourism. The international business. – The open university of Hong Kong. – 2010/ - 326 p.
4. The Business of Tourism / J. Christopher Holloway, Claire Humphreys. SAGE Publications Ltd; 11th edition. 2020. 744 p

5. International trade in travel and tourism services: economic impact and policy responses during the covid-19 crisis. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www.wto.org/english/res\\_e/reser\\_e/ersd202011\\_e.htm](https://www.wto.org/english/res_e/reser_e/ersd202011_e.htm)

*Тема 5. Особливості міжнародного маркетингу в туристичному бізнесу (The features of international marketing in the tourism business)*

1. Порівняльна характеристика внутрішнього та міжнародного маркетингу;

2. Методика дослідження туристичного ринку країни-партнера

Завдання:

- виявити спільні та відмінні риси внутрішнього та міжнародного маркетингу;

- дослідити туристичний ринок країни-партнера за певною схемою;

- підготувати інформаційні повідомлення, презентації та виступи за вказаними напрямками

Література:

1. International marketing.- Edited by Yuriy Kozak , Sławomir Smyczek – Kiev - Katowice : CUL , 2015- 279 p.

2. Robert Christie Mill. Tourism. The international business. – The open university of Hong Kong. – 2010/ - 326 p.

3. The Business of Tourism / J. Christopher Holloway, Claire Humphreys. SAGE Publications Ltd; 11th edition. 2020. 744 p

*Тема 6. Розробка стратегії виходу національних суб'єктів туристичного бізнесу на світовий ринок (Development of the national tourism business entry strategy into the world market)*

1. Головні критерії вибору країни для розробки стратегії розширення туристичного бізнесу.

2. Види стратегій міжнародної експансії туристичного бізнесу.

Завдання:

- проаналізувати зовнішньоекономічну діяльність туристичних підприємств як засіб реалізації зовнішньоекономічного курсу України: чинники, безпека (загрози) та ін.



- розробити маркетингову стратегію виходу на світовий ринок / міжнародний маркетинговий план для вітчизняних туристичних підприємств.

- підготувати інформаційні повідомлення, презентації та виступи за вказаними напрямками

#### Література:

1. Fundamentals for Tourism Businesses. The essential guide to understanding the BC tourism industry. - Destination BC. – 2013. – 41p.

2. Verbeke A. International business strategy. Cambridge [etc.] Cambridge University Press, 2013. – 590p.

3. Ezrachi, A. EU competition law. Oxford Hart Publishing, 2010. - 500 p.

4. [https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism\\_en](https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism_en) - Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. Tourism

3. Питання, задачі, завдання або кейси для поточного та підсумкового контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти, для контрольних робіт, передбачених навчальним планом, післяатестаційного моніторингу набутих знань і вмінь з навчальної дисципліни:

#### **Перелік завдань для проведення підсумкового**

1. International tourism business as an economic category
2. The reasons of the international business development
3. The concept of the international business
4. Types (forms) of the international business (International trade, foreign investment, Licensing, Franchising, Management contract)
5. Tourism as a type of economic activity
6. The basis of the tourism business
7. The theory of absolute advantage
8. The theory of comparative advantage
9. Factor Endowments and the Heckscher–Ohlin Theory
10. Theory of the product life cycle
11. The theory of competitive advantage.
12. Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI)
13. The contribution of the tourism sector to economic growth
14. The social and socio-cultural impact of tourism business
15. The host-guest relationship in tourism business
16. The environment impact of tourism business
17. The concept of the Business Environment
18. The importance of the business environment

19. Features of Business Environment.
20. Economic Environment of tourism business
21. Socio-Cultural Environment of tourism business
22. Technological Environment of tourism business
23. Ecology and Physical Environment of tourism business
24. Political Environment of tourism business
25. The types of Business Environment (Micro Environment and Macro Environment)
26. The role of SWOT analysis in the business environment characteristics
27. The main factors of the growth of tourism business
28. Concept of Tourism as a System and its components (by Leiper)
29. General system of international tourism business and its components
30. The forms of tourism business companies in the conditions of globalization and internationalization.
31. The role of government in the development of international tourism business
32. The key features of the tourism destination;
33. The key questions to establish tourism business
34. Small business and entrepreneurship
35. Concepts & features of entrepreneurship
36. Entrepreneurial skills in international tourism business
37. The Most Common Forms for Starting a Business in Ukraine
38. How to start a tourism business in Ukraine
39. The modern types of tourists as consumers of tourist product
40. Current trends of the international tourism business development (sustainable Development, Covid19 and tourism business, ecologization, alternative tourism, innovation and creativity in tourism and hospitality enterprises (robots, chatbots and automation, artificial intelligence), personalization)
41. The features of international marketing in the tourism business
42. The concept of International marketing in the tourism services market
43. Preconditions of the emergence of the international marketing
44. Proactive and reactive motives towards internationalization and international marketing
45. Main International Marketing outcomes
46. Characteristics of International Marketing
47. Principles of international market
48. Subjects of the international marketing
49. Functions of the international marketing

50. The main advantages of international marketing
51. The main points of the international marketing research
52. The main points of the Estimation of the tourist market of the partner country
53. What is Strategic marketing
54. The essence of strategic marketing
55. What is an international marketing plan
56. Usefulness of an international marketing plan
57. Key factors for your international marketing plan
58. The minimum that any international marketing plan should include
59. Company analysis
60. Market selection. The main criteria for selecting international markets for international tourism business
61. Analysis of the competition
62. Distribution channels
63. Action strategies in international tourism business (entry marketing strategy)

### **Рекомендована література**

#### **Основна література**

1. Ball D. A. International business. Boston; Toronto; London Irwin/McGraw-Hill, 1999. - 673 p
2. Beugelsdijk S. International economics and business. Cambridge [etc.] Cambridge University Press, 2013. - 475 p.
3. Current issues in hospitality and tourism research and innovations. CRC Press, 2012. – 648p
4. Dynamics of international business. Cambridge [etc.] Cambridge University Press, 2013. - 242 c.
5. Finney A. The international film business. London; New York Routledge, 2010. - 245 p
6. Hudson S. Customer service for hospitality and tourism. Goodfellow Publishers, 2013. - 304 p.
7. International business : a global perspective / Marios I. Katsioloudes and Spyros Hadjidakis. 723 p.
8. International marketing.- Edited by Yuriy Kozak , Sáawomir Smyczek – Kiev - Katowice : CUL , 2015- 279 p.
9. Kotler P. (2012)Globalization and international marketing competition..
10. Peng, M. W. International business. Cengage Learning, 2011. - 645 p.

11. Robert Christie Mill. Tourism. The international business. – The open university of Hong Kong. – 2010/ - 326 p.

12. The Business of Tourism / J. Christopher Holloway, Claire Humphreys. SAGE Publications Ltd; 11th edition. 2020. 744 p

13. Verbeke A. International business strategy. Cambridge [etc.] Cambridge University Press, 2013. – 590p.

14. Fundamentals for Tourism Businesses. The essential guide to understanding the BC tourism industry. - Destination BC. – 2013. – 41p.

#### **Допоміжна**

1. Cullen P. Economics for hospitality management. London International Thomson Business Press, 1997. - 245 p.

2. E-business and telecommunications. Springer, 2012. - 448 p.

3. Ezrachi, A. EU competition law. Oxford Hart Publishing, 2010. - 500 p.

4. The business of tour operations / Pat Yale. Harlow : Longman Scientific & Technical, 1995. 283 p.

5. Tour Operators and Operations: Development, Management, and Responsibility/ Jacqueline Holland and David Leslie (2017), edited by CABI, Oxfordshire. ISBN: 978-178064-823-1, 292 p.

#### **Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення**

5. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організацій. – Режим доступу: <https://www.unwto.org>

6. List of business entities. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://en.wikipedia.org/wiki/Types\\_of\\_business\\_entity](http://en.wikipedia.org/wiki/Types_of_business_entity)

7. Global Competitiveness Report Special Edition 2020: How Countries are Performing on the Road to Recovery. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [WEF\\_TheGlobalCompetitivenessReport2020.pdf](https://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2020) (weforum.org)

8. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [WEF\\_TTCR\\_2019.pdf](https://www.weforum.org/reports/travel-tourism-competitiveness-report-2019) (weforum.org)

9. <https://opentextbc.ca/introtourism/> - Introduction to Tourism and Hospitality in B.C.

10. <https://www.tourismbeast.com>

11. [https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism\\_en](https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism_en) - Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. Tourism

12. International trade in travel and tourism services: economic impact and policy responses during the covid-19 crisis. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www.wto.org/english/res\\_e/reser\\_e/ersd202011\\_e.htm](https://www.wto.org/english/res_e/reser_e/ersd202011_e.htm)



- C. Entrepreneur
  - D. All answers are correct
  - E. There is no correct answer
3. The definition of what concept is given: «all commercial transactions—private and governmental—between two or more countries?»
- A. international agreement
  - B. barter
  - C. direct investments
  - D. All answers are correct
  - E. There is no correct answer
4. Which of these is a factor of economic environment of international tourism business?
- A. Mobile Apps
  - B. Rate of Interest
  - C. Consumer Protection Act
  - D. Social Justice
  - E. Innovation
5. In any market, \_\_\_\_\_ is king and they are the organizations' most important micro economic factor; the reason for the existence of the firm is to satisfy their wants and needs.
- A. Customer
  - B. Supplier
  - C. Employee
  - D. Competitor

Дистанційний курс: Подлепіна П. О. **Міжнародний туристичний бізнес** // Навчально-методична праця. - Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2021. Режим доступу: <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=5046>