

Міністерство освіти та науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

В.о. декану факультету
міжнародних економічних
відносин та туристичного бізнесу
Тетяна МИРОШНИЧЕНКО



«3» серпня 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ТРЕНІНГ-КУРС «СТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА»

рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
галузь знань	24 «Сфера обслуговування»
спеціальність	242 «Туризм»
освітня програма	«Туризм»
вид дисципліни	за вибором
факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу	

2023 / 2024 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

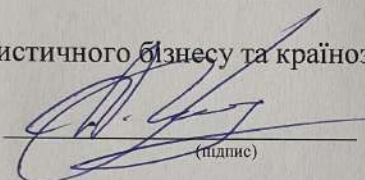
“29” серпня 2023 року, протокол № 1

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ: канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри туристичного бізнесу та країнознавства Лариса КУЧЕЧУК,

Програму схвалено на засіданні кафедри туристичного бізнесу та країнознавства

Протокол № 1 від “28” серпня 2023 року

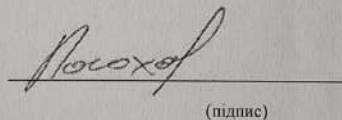
Завідувач кафедри туристичного бізнесу та країнознавства



Анатолій ПАРФІНЕНКО
(прізвище та ініціали)

Програму погоджено з гарантом (керівником проектної групи) освітньо-професійної програми 242 «ТУРИЗМ»

Гарант (керівник проектної групи) освітньо-професійної програми 242 «ТУРИЗМ»

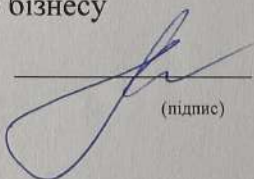


Іван ПОСОХОВ
(прізвище та ініціали)

Програму погоджено науково-методичною комісією факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Протокол № 1 від “29” серпня 2023 року

Голова науково-методичної комісії факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу



Лариса ГРИГОРОВА-БЕРЕНДА
(прізвище та ініціали)

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Тренінг-курс «Створення туристичного підприємства»» складена відповідно до освітньо-професійної програми «Туризм»

Підготовки бакалавра

за спеціальністю 242 «Туризм»

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни є формування у майбутніх фахівців системи спеціальних теоретичних знань та практичних навичок щодо створення туристичного підприємства.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни «Тренінг-курс «Створення туристичного підприємства»» є:

- ознайомлення із організаційно-правовими формами ведення бізнесу, правилами складання бізнес-плану туристичного підприємства.

- вивчення конкурентного середовища туристичного підприємства;

- оволодіння основними практичними навичками вибору місця розташування офісу та вивчення цільової аудиторії, пошуку надійних партнерів та прибуткових туристичних напрямків.

- ознайомлення із основами підбору персоналу та вибору додаткових послуг як напрямку розширення діяльності турфірми.

- вивчення особливостей маркетингової діяльності туристичного підприємства.

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у здобувачів вищої освіти компетентностей відповідно до ОПП:

ЗК1 Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК2 Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК3 Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

ЗК4 Здатність до критичного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК6 Здатність до пошуку, оброблення та аналізу з різних джерел.

ЗК7 Здатність працювати в міжнародному контексті.

ЗК8 Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.

ЗК9 Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

ЗК10 Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК12 Навички міжособистої взаємодії.

ЗК13 Здатність планувати та управляти часом.

ЗК14 Здатність працювати в команді та автономно.

формування наступних фахових компетентностей:

ФК1 Знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності.

ФК2 Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ФК4 Здатність аналізувати діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління.

ФК5 Розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів.

1.3. Кількість кредитів – 3.

1.4. Загальна кількість годин – 90.

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
<u>за вибором</u>	
Денна форма навчання (аудиторно-дистанційна)	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
4-й	4-й
Семестр	
8-й	8-й
Лекції	
24 год.	8 год.
Практичні, семінарські заняття	
24 год.	год.
Лабораторні заняття	
год.	год.
Самостійна робота	
42 год.	82 год.
в т.ч. Індивідуальні завдання	
-	

1.6. Заплановані результати навчання.

ПРН11 Володіти державною та іноземною (ними) мовою (мовами) на рівні, достатньому для здійснення професійної діяльності.

ПРН20 Виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання.

2. Тематичний план навчальної дисципліни

Тема 1. Вибір формату ведення бізнесу.

Вибір між турагентською та туроператорською діяльністю. Самостійне відкриття туристичного підприємства. Франчайзингові відносини в туризмі. Переваги франчайзингу в туризмі.

Тема 2. Правила складання бізнес-плану туристичного підприємства.

Підготовча стадія розробки бізнес-плану. Логіка процесу стратегічного планування на підготовчій стадії. Види аналізу та особливості їх застосування. SWOT-аналіз як засіб дослідження конкурентоспроможності підприємства. Оцінювання сприятливих зовнішніх можливостей та загроз реалізації бізнес-проєкту. Виявлення сильних і слабких сторін суб'єкта підприємницької діяльності (бізнес-проєкту).

Структура, розробка та оформлення бізнес-плану Загальна структура бізнес-плану. Логіка розробки бізнес-плану. Характеристика розділів бізнес-плану: резюме; характеристика підприємства; характеристика туристичних (готельно-ресторанних) послуг; дослідження і аналіз ринку послуг; маркетинговий план; організаційний план; виробничий план; фінансовий план; оцінка ризиків і страхування; додатки. Вимоги до стилю написання та оформлення бізнес-плану.

Тема 3. Вибір організаційно-правової форми діяльності туристичного підприємства.

Основні фактори, що визначають вибір організаційно-правової форми діяльності туристичного підприємства. Суб'єкти туристичної діяльності: фізичні та юридичні особи. ТЗОВ. Акціонерні товариства. Повні товариства. Етапи створення туристичної фірми.

Тема 4. Вибір місця розташування офісу та вивчення цільової аудиторії.

Вибір цільового сегменту туристичного підприємства. Фактори визначення цільової аудиторії. Вибір локації розташування офісу туристичного підприємства.

Тема 5. Аналіз конкурентного середовища.

Етапи та методи дослідження конкурентного середовища. Особливості дослідження конкурентного середовища підприємства. Елементи аналізу діяльності конкурентів. Побудова конкурентної карти ринку.

Тема 6. Пошук надійних партнерів та прибуткових туристичних напрямків.

Критерії оцінки та відбору туроператором ділових партнерів та постачальників. Особливості співпраці туроператора з транспортними компаніями. Організація співпраці туроператора з закладами розміщення та харчування туристів. Організація співпраці туроператора з екскурсійними бюро, музеями та іншими соціально-культурними закладами. Організація співпраці туроператора з страховими компаніями. Особливості співпраці туроператора з приймаючими туристичними компаніями. Організація співпраці туроператора з туристичними агенціями.

Тема 7. Додаткові послуги як напрям розширення діяльності турфірми.

Продаж авіа- та залізничних квитків. Оформлення закордонного паспорту. Бронювання автомобіля. Додаткове страхування. Переклад документів іноземною мовою. Розробка індивідуального екскурсійного маршруту. Індивідуальні трансфери. Інші додаткові послуги.

Тема 8. Інтер'єр офісу туристичного підприємства.

Екстер'єр та інтер'єр офісу. Освітлення і колір в інтер'єрах офісних приміщень. Меблі та обладнання офісу. Зовнішній вигляд співробітників. Переваги та недоліки відсутності офісу.

Тема 9. Правила пошуку та підбору персоналу.

Зовнішні джерела пошуку персоналу. Методи підбору персоналу. Оцінювання персоналу. Інтерв'ю за компетенціями. Професійне тестування. Кейс-методики. Особистісні опитувальники. Асесмент-центр.

Тема 10. Маркетингові інструменти просування туристичної фірми.

Основні інструменти маркетингових комунікацій: реклама, зв'язки з громадськістю, стимулювання збуту, особистий продаж та прямий маркетинг. Виставки та спонсорство. Брендінг. Подієвий маркетинг.

Тема 11. Digital маркетинг туристичного підприємства.

Пошукова оптимізація (SEO) власного сайту. Реклама з оплатою за клік (контекстна реклама) (PPC). Маркетинг у соціальних мережах (SMM). Email маркетинг. Партнерський маркетинг.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви тем	Кількість годин									
	Денна форма					Заочна форма				
	Усього	у тому числі				Усього	у тому числі			
		л	п	інд	ср		о	л	п	інд
Тема 1. Вибір формату ведення бізнесу.	8	2	2		4	9	1			8
Тема 2. Правила складання бізнес-плану туристичного підприємства.	8	2	2		4	9	1			8
Тема 3. Вибір організаційно-правової форми діяльності туристичного підприємства.	7	2	2		3	8	1			7
Тема 4. Вибір місця розташування офісу та вивчення цільової аудиторії.	7	2	2		3	7				7
Тема 5. Аналіз конкурентного середовища.	8	2	2		4	9	1			8
Тема 6. Пошук надійних партнерів та прибуткових туристичних напрямків.	7	2	2		3	8	1			7
Тема 7. Додаткові послуги як напрям розширення діяльності турфірми.	7	2	2		3	7				7
Тема 8. Інтер'єр офісу туристичного підприємства.	7	2	2		3	7				7
Тема 9. Правила пошуку та підбору персоналу.	7	2	2		3	8	1			7
Тема 10. Маркетингові інструменти просування туристичної фірми.	8	2	2		4	9	1			8
Тема 11. Digital маркетинг туристичного підприємства.	12	4	4		4	9	1			8
Підготовка до проміжного контролю	4				4					-
Усього годин	90	24	24		42		8			82

4. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Тема 1. Вибір формату ведення бізнесу.	2
2.	Тема 2. Правила складання бізнес-плану туристичного підприємства.	2

3.	Тема 3. Вибір організаційно-правової форми діяльності туристичного підприємства.	2
4.	Тема 4. Вибір місця розташування офісу та вивчення цільової аудиторії.	2
5.	Тема 5. Аналіз конкурентного середовища.	2
6.	Тема 6. Пошук надійних партнерів та прибуткових туристичних напрямків.	2
7.	Тема 7. Додаткові послуги як напрям розширення діяльності турфірми.	2
8.	Тема 8. Інтер'єр офісу туристичного підприємства.	2
9.	Тема 9. Правила пошуку та підбору персоналу.	2
10.	Тема 10. Маркетингові інструменти просування туристичної фірми.	2
11.	Тема 11. Digital маркетинг туристичного підприємства.	4
Разом		24

5. Самостійна робота

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1.	Опрацювання навчального матеріалу, додаткової рекомендованої літератури з теми: «Вибір формату ведення бізнесу»	4	8
2.	Опрацювання навчального матеріалу, додаткової рекомендованої літератури з теми: «Правила складання бізнес-плану туристичного підприємства»	4	8
3.	Опрацювання навчального матеріалу, додаткової рекомендованої літератури з теми: «Вибір організаційно-правової форми діяльності туристичного підприємства»	3	7
4.	Опрацювання навчального матеріалу, додаткової рекомендованої літератури з теми: «Вибір місця розташування офісу та вивчення цільової аудиторії.»	3	7
5.	Опрацювання навчального матеріалу, додаткової рекомендованої літератури з теми: «Аналіз конкурентного середовища»	4	8
6.	Опрацювання навчального матеріалу, додаткової рекомендованої літератури з теми: «Пошук надійних партнерів та прибуткових туристичних напрямків.»	3	7
7.	Опрацювання навчального матеріалу, додаткової рекомендованої літератури з теми: «Додаткові послуги як напрям розширення діяльності турфірми»	3	7
8.	Опрацювання навчального матеріалу, додаткової рекомендованої літератури з теми: «Інтер'єр офісу туристичного підприємства»	3	7
9.	Опрацювання навчального матеріалу, додаткової рекомендованої літератури з теми: «Правила пошуку та підбору персоналу»	3	7
10.	Опрацювання навчального матеріалу, додаткової рекомендованої літератури з теми: «Маркетингові інструменти просування туристичної фірми.»	4	8

11.	Опрацювання навчального матеріалу, додаткової рекомендованої літератури з теми: «Digital маркетинг туристичного підприємства»	4	8
12.	Підготовка до проміжного контролю	4	
	Разом	42	82

6. Індивідуальне завдання

Не передбачено навчальним планом.

7. Методи навчання

Методи навчання – взаємодія між викладачем і студентами, під час якої відбувається передача та засвоєння знань, умінь і навичок від викладача до студента, а також самостійної та індивідуальної роботи студента.

I. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності:

1) За джерелом даних: а) Словесні: лекція (традиційна) із застосуванням комп'ютерних інформаційних технологій (PowerPoint презентація), пояснення, розповідь, бесіда. б) Наочні: спостереження, ілюстрація, демонстрація. с) Практичні: практичні роботи.

2) За логікою передачі і сприймання навчальних матеріалів: індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні.

3) За ступенем самостійності мислення: репродуктивні, пошукові, дослідницькі.

4) За ступенем керування навчальною діяльністю: під керівництвом викладача; самостійна робота студентів з книгою.

8. Методи контролю

Система оцінювання знань, вмінь та навичок студентів передбачає виставлення оцінок за усіма формами проведення занять. Перевірка та оцінювання знань студентів може проводитися у наступних формах:

- оцінювання роботи студентів під час практичних занять;
- проведення проміжного тестового контролю.
- проведення підсумкового контролю.

Загальна оцінка з дисципліни визначається як сукупність балів, що студент отримує за змістовні модулі. Сума балів, які студент денної форми навчання може набрати, дорівнює 60.

Підсумковий контроль здійснюється у формі заліку. До заліку допускаються студенти, які мають достатню кількість балів з поточного контролю та написання і захисту індивідуальної роботи. Загальна кількість балів за успішне виконання залікових завдань становить 40. Час виконання – до 80 хвилин. Підсумковий контроль 40 балів, в т. ч: 2 теоретичних питання – 30 б (2x15); визначення понять з дисципліни (відкриті тести) – 10 б (2x5).

9. Схема нарахування балів

Поточний контроль та самостійна робота											Разом	Залік	Сума	
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	ПК			
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	8	12	60	40	100 (мінімум - 50)
60 (мінімум - 20 з урахуванням усіх видів робіт)														

T1, T2 ... – теми розділів.

ПК- проміжний тестовий контроль

Структура та складові підсумкової оцінки з дисципліни

Поточний контроль та оцінювання самостійної роботи – 60 балів.

З них:

- виконання завдань на практичних заняттях – 48 балів;
- проміжний тестовий контроль – 12 балів.

Поточний контроль проводиться на кожному семінарському занятті та за результатами виконання завдань самостійної роботи. Він передбачає оцінювання теоретичної підготовки здобувачів вищої освіти із зазначеної теми (у тому числі, самостійно опрацьованого матеріалу) під час роботи на семінарських заняттях.

Критерії оцінювання знань студентів на семінарських заняттях

Усний виступ, виконання письмового завдання	Критерії оцінювання
4	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу.
3	Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки
2	В цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки.

1	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності.
0	Не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань

Критерії проміжного контролю знань студентів

Проміжний контроль проводиться 1 раз за семестр. Проміжний контроль проводиться з метою визначення стану успішності здобувачів вищої освіти за період теоретичного навчання. Проміжний контроль знань студентів здійснюється через написання тестування. За кожну вірну відповідь студент отримує 1 бал, максимальна сума балів – 12 балів.

Підсумковий семестровий контроль

Підсумковий семестровий контроль – це підсумкове оцінювання результатів навчання здобувача вищої освіти за семестр, що здійснюється в університеті у формі заліку та екзамену. На підсумковий семестровий контроль виносяться питання, що передбачають перевірку розуміння здобувачами вищої освіти програмного матеріалу дисципліни в цілому та рівня сформованості відповідних компетентностей після опанування курсу.

Підсумковий контроль 40 балів, в т. ч: 2 теоретичних питання – 30 б (2x15):

13-15 балів отримують студенти, які повно та ґрунтовно розкрили теоретичне питання, використавши при цьому не лише обов'язкову, а й додаткову літературу;

10-12 балів отримують студенти, які в цілому розкрили теоретичне питання, однак не повно і допустивши деякі неточності. При цьому не використав на достатньому рівні обов'язкову літературу;

7-9 балів отримують студенти, які правильно визначили сутність питання, але розкрили його не повністю, допустивши деякі незначні помилки;

5-6 балів отримують студенти, які правильно визначили сутність питання, розкривши його лише частково і допустивши при цьому окремі помилки, котрі не впливають на загальне розуміння питання;

3-4 балів отримують студенти, які правильно визначили сутність питання, недостатньо або поверхово розкривши більшість його окремих положень і допустивши при цьому окремі помилки, які частково вплинули на загальне розуміння проблеми;

0-2 балів отримують студенти, які частково та поверхово розкрили лише окремі положення питання і допустили при цьому певні суттєві помилки, котрі значно вплинули на загальне розуміння питання.

Визначення понять з дисципліни (відкриті тести) – 10 б (2x5): За кожну вірну відповідь студент отримує 2 бали, максимальна кількість 10 балів.

За підсумками поточного і підсумкового контролю студент може набрати від 0 до 100 балів включно. Мінімальна кількість балів, які повинен набрати студент для одержання заліку, становить 50 балів.

Для дистанційної форми навчання

Вид навчальної діяльності	Максимальна кількість балів	Мінімальна кількість балів
Виконання індивідуальних завдань	60	30
Поточний контроль	60	30
Підсумковий семестровий заліковий контроль	40	20
Підсумковий контроль	40	20
ВСЬОГО	100	50

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка за дворівневим ступенем оцінювання
50 – 100	зараховано
1 – 49	не зараховано

10.Рекомендована література

Базова література

1. Господарський кодекс України: Закон України № 436-IV від 16.01.2003 р. Відомості Верховної Ради України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15> 3.
2. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95-ВР. Відомості Верховної Ради України. URL:: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95- %D0%B2%D1%80](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80)
3. Закон України «Про ліцензування видів господарської діяльності» № 222-VIII від 02.03.2015. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19#Text>
4. Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб і фізичних осіб-підприємців» № 755-IV від 15.05.2003р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/755-15#Text> (
5. Закон України «Про підприємництво» від 07.02.1991 № 698-XII. Відомості Верховної Ради України. URL:: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12>
6. Андрущенко О.С. Організація туристичної діяльності: конспект лекцій. Одеса, Одеський державний екологічний університет, 2022, 144 с.
7. Балашова Р. І. Організація діяльності туристичного підприємства: навч. посібник. К. : ЦУЛ, 2012. 182 с.

8. Бугіль С. А. Економіка туристичного підприємства: конспект лекцій. Львів : ЛНАУ, 2019. 106 с.
9. Брич. В. Я. Туроперейтинг: підруч. Тернопіль : Екон. думка ТНЕУ, 2017. 440 с.
10. Економіка туризму: теорія та практика: підруч. / Мальська М.П. Рутинський М.Й., Білоус С.В., Мандюк Н.Л. К. : Центр учбової літератури, 2016. 544 с.
11. Городня Т.А., Щербак А.Ф. Економіка туризму: теорія і практика: навч. посіб. Київ : Кондор-Видавництво, 2012. 436 с.
12. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва. Навчальний посібник. К. : Центр учбової літератури, 2007. 344 с.

Допоміжна література

1. Балашова Р.І. Розвиток туристичного підприємства: теорія та практика: монографія. Донецьк : видавництво «Вебер», 2009. 343 с.
2. Білоусов О.М., Лугінін О.Є., Морозова О.С., Соколова Л.В. Менеджмент туристичної галузі : підручник. Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2017. 580 с.
3. Кучечук Л.В. Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу: міжнародний та національний досвід / розд. 3.3 Інтернет реклама як інноваційний елемент комплексу маркетингових комунікацій підприємств готельного бізнесу. Монографія / за заг. ред. А. Ю. Парфіненка. Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. С. 135-143
4. Летуновська Н.Є., Люльов О.В. Маркетингу у туризмі : підручник. Суми : Сумський державний університет, 2020. 270 с
5. Пустонін В. Ідентичність бренду: що це та як її створити? Маркетинг і реклама. 2018. №1 С. 40-46.
6. Сєвонькаєва О. Сучасні технології маркетингових комунікацій. Маркетинг в Україні. 2019. №2. С. 45-50
7. Стамат В.М., Смирнова А.А., Савченко Н.С. Споживача поведінка на ринку туристичних послуг регіону. Вісник аграрної науки Причорномор'я. 2018. Вип.4. С.23-33.

11. Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення

1. Офіційний сайт Державного комітету статистики України URL: www.ukrstat.gov.ua/. 2.
2. Офіційний сайт Міністерства закордонних справ України. URL: www.mfa.gov.ua/mfa/ua/publication/content/1865.htm.
3. Офіційний сайт Готельного та ресторанного порталу. URL: <http://prohotelia.com.ua/>

4. Офіційний сайт Української асоціації туристичних агенцій. URL: <https://uata.com.ua>
5. Офіційний сайт Державного агентства України з розвитку туризму. URL: <http://www.tourism.gov.ua>
6. Міністерство економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua>
7. Спілка українських підприємців. URL: <https://sup.org.ua/uk>
8. Офіційний сайт UNCTAD. URL: <http://www.unctad.org>
9. Офіційний сайт ЮНВТО. URL: <http://www2.unwto.org/>

11. Особливості навчання за денною формою в умовах дії обставин непоборної сили

В умовах дії форс-мажорних обмежень освітній процес в університеті здійснюється відповідно до наказів/ розпоряджень ректора/ проректора або за змішаною формою навчання або повністю дистанційно в синхронному режимі. Складання підсумкового семестрового контролю: в разі запровадження жорстких обмежень з заборонаю відвідування ЗВО студентам денної форми навчання надається можливість скласти екзамен в тестовій формі дистанційно на платформі Moodle в дистанційному курсі «Тренінг-курс «Створення туристичного підприємства»»» режим доступу: <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=6452>