

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор
з науково-педагогічної роботи

“_____” _____ 2018 р.

Робоча програма навчальної дисципліни

Організація виставково-ярмаркової діяльності в туризмі

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Галузь знань	1401 «Сфера обслуговування»
Спеціальність	6.140103 «Туризм»
Освітня програма	«Туризм»
Вид дисципліни	обов’язкова
факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу	

2018 / 2019 навчальний рік

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

“28” серпня 2018 року, протокол № 1

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ:

канд. іст. наук, доцент кафедри туристичного бізнесу та країнознавства Посохов І.С.

Програму схвалено на засіданні кафедри
туристичного бізнесу та країнознавства

Протокол від “28” серпня 2018 року № 1

Завідувач кафедри туристичного бізнесу та країнознавства

_____ А.Ю. Парфіненко
(підпис)

Програму погоджено методичною комісією
факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Протокол від “28” серпня 2018 року № 1

Голова методичної комісії факультету міжнародних економічних відносин
та туристичного бізнесу

_____ Л.І. Григорова-Беренда
(підпис)

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни “Організація виставково-ярмаркової діяльності в туризмі” складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалавра за спеціальністю 242 «Туризм».

Предметом вивчення навчальної дисципліни є політичні та соціокультурні чинники, а також найважливіші тенденції та процеси, що відігравали та продовжують відігравати провідну роль у формуванні та розвитку виставково-ярмаркової діяльності в туризмі сучасного світу. При цьому в центрі уваги залишається людина з її потребами, ціннісними орієнтаціями та світоглядними уявленнями.

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни є формування у студентів знань про особливості розвитку виставково-ярмаркової діяльності в Україні та світі.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни є

- Дослідити проблеми термінології та класифікації виставок.
- Визначити функції та методи дослідження виставково-ярмаркової діяльності.
- Розглянути класифікацію виставок і ярмарок.
- Вивчити правові основи і механізми виставково-ярмаркової діяльності.
- Розглянути виставки як ефективний засіб збуту, засіб комунікації та обміну інформацією.
- Визначити зв'язок виставки з усіма інструментами маркетингу
- Дізнатися про методи розрахунку вартості участі у виставках.
- Познайомитися з плануванням процесу виставки.
- Дізнатися про різні форми участі у виставці.
- Дослідити вибір експонатів та виставкової програми.
- Вивчити особливості стендової роботи.
- Познайомитися з географією виставкових центрів світу.
- Визначити стан виставково-ярмаркової діяльності в Україні.

1.3. Кількість кредитів:

Денне відділення – 3 кредити

1.4. Загальна кількість годин:

Денне відділення – 90 годин

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
За вибором	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
3-й	
Семестр	
6-й	

Лекції	
30 год.	12 (4 ауд., 8 дист.)
Практичні, семінарські заняття	
15 год.	
Лабораторні заняття	
год.	
Самостійна робота	
35 год.	78
Індивідуальні завдання	
год.	

1.6. Згідно з вимогами освітньо-професійної (освітньо-наукової) програми студенти повинні досягти таких результатів навчання:

знати: фактори, які впливають на розвиток туризму в Україні; територіальну організацію лікувального туризму в Україні; територіальний розподіл оздоровчого (рекреаційного) туризму в Україні; напрямки культурно-пізнавального туризму України, розвиток спортивного туризму в Україні, територіальна організація ділового і наукового туризму України, основні центри релігійного туризму України; основні регіони з етнічним туризмом в Україні; розвитку туристсько-рекреаційної галузі в Україні; діяльність туристичних операторів і агентів України; розвиток готельного господарства в Україні; діяльність санаторно-курортної галузі України.

вміти: добре орієнтуватися в територіальній організації основних видів туризму України; аналізувати розвиток рекреаційно-туристської індустрії в Україні на сучасному етапі і окремих її галузей, а саме: діяльність туроператорів і турагентів, готельне господарство, санаторно-курортну галузь України для використання у подальшій професійній діяльності.

3. Тематичний план навчальної дисципліни

Тема 1. Проблеми термінології та класифікації виставок.

Сутність та теоретико-методологічні засади виставково-ярмаркової діяльності. Функції та методи дослідження виставково-ярмаркової діяльності. Класифікація виставок і ярмарок.

Тема 2. Правові основи і механізми виставково-ярмаркової діяльності.

Правові основи. Структури, що координують виставково-ярмаркову діяльність.

Тема 3. Виставково-ярмаркова діяльність як інструмент маркетингу.

Виставка як ефективний засіб збуту, засіб комунікації та обміну інформацією. Визначити зв'язок з усіма інструментами маркетингу; виставка дозволяє здійснювати комунікативну, ціноутворюючу, збутову, товарну політику підприємства. Вибір конкретної виставки та ярмарки. Вартість участі у виставці. Структура витрат.

Тема 4. Організаційні основи виставково-ярмаркової діяльності.

Планування процесу виставки. Форми участі у виставці. Вибір експонатів та виставкової програми. Захист навколишнього середовища. Участь у загальній програмі. Значення виставкового стенду в організаційному процесі. Конструкція стенду. Особливості стендової роботи.

Тема 5. Географія виставкових центрів світу.

Виставково-ярмаркові комплекси Європи. Виставкові центри Азії. Особливості виставкової діяльності в США, Канаді, Мексиці. Виставкові комплекси Австралії, Африки, Південної Америки.

Тема 6. Виставково-ярмаркова діяльність в Україні.

Територіальна організація. Тематика. Виставкові комплекси.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с. р.		л	п	лаб.	інд.	с. р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Розділ 1. Виставково-ярмаркова діяльність як предмет наукового аналізу.												
Тема 1. Проблеми термінології та класифікації виставок.	14	5	2			7		2				13
Тема 2. Правові основи і механізми виставково-ярмаркової діяльності.	14	5	2			7		2				13
Тема 3. Виставково-ярмаркова діяльність як інструмент маркетингу.	14	5	2			7		2				13
Тема 4. Організаційні основи виставково-ярмаркової діяльності.	16	5	3			8		2				13
Тема 5. Географія виставкових центрів світу.	16	5	3			8		2				13
Тема 6. Виставково-ярмаркова діяльність в Україні.	16	5	3			8		2				13
Усього годин	90	30	15			45	90	12				78

4. Теми семінарських (практичних, лабораторних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Проблеми термінології та класифікації виставок.	2
2	Правові основи і механізми виставково-ярмаркової діяльності.	2

3	Виставково-ярмаркова діяльність як інструмент маркетингу.	2
4	Організаційні основи виставково-ярмаркової діяльності.	3
5	Географія виставкових центрів світу.	3
6	Виставково-ярмаркова діяльність в Україні.	3
	Разом	15

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	Підготовка до усного опитування на тему: «Проблеми термінології та класифікації виставок» з наступних питань: Сутність та теоретико-методологічні засади виставково-ярмаркової діяльності. Функції та методи дослідження виставково-ярмаркової діяльності. Класифікація виставок і ярмарок.	5	13
2	Підготовка до усного опитування на тему: «Правові основи і механізми виставково-ярмаркової діяльності» з наступних питань: Правові основи. Структури, що координують виставково-ярмаркову діяльність.	6	13
3	Підготовка до усного опитування на тему: «Виставково-ярмаркова діяльність як інструмент маркетингу» з наступних питань: Виставка як ефективний засіб збуту, засіб комунікації та обміну інформацією. Визначити зв'язок з усіма інструментами маркетингу; виставка дозволяє здійснювати комунікативну, ціноутворюючу, збутову, товарну політику підприємства. Вибір конкретної виставки та ярмарки. Вартість участі у виставці. Структура витрат.	6	13
4	Підготовка до усного опитування на тему: «Організаційні основи виставково-ярмаркової діяльності» з наступних питань: Виставка як ефективний засіб збуту, засіб комунікації та обміну інформацією. Визначити зв'язок з усіма інструментами маркетингу; виставка дозволяє здійснювати комунікативну, ціноутворюючу, збутову, товарну політику підприємства. Вибір конкретної виставки та ярмарки. Вартість участі у виставці. Структура витрат.	6	13
5	Підготовка до усного опитування на тему: «Географія виставкових центрів світу» з наступних питань: Виставково-ярмаркові комплекси Європи. Виставкові центри Азії. Особливості виставкової діяльності в США, Канаді, Мексиці, Австралії, Африки, Південної Америки.	6	13
6	Підготовка до усного опитування на тему: «Виставково-ярмаркова діяльність в Україні» з наступних питань: Територіальна організація. Тематика. Виставкові комплекси.	6	13
7	Виконання контрольної роботи	10	
	Разом	45	78

6. 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.

1. Оцінювання роботи студентів під час практичних (семінарських) занять.
2. Оцінка за індивідуальну роботу студентів.

3. Проведення проміжного тестового контролю.
4. Проведення підсумкового модульного контролю.

Оцінка зі змістовного модулю складається з поточної оцінки, яку студент отримує під час практичних (семінарських) занять, оцінки за проміжний тестовий контроль та оцінки за індивідуальну роботу.

Загальна оцінка з дисципліни (модулю) визначається як сукупність балів, що студент отримує за змістовні модулі та модульний контроль.

Порядок поточного оцінювання знань студентів. Поточне оцінювання здійснюється під час проведення практичних (семінарських) занять і має на меті перевірку рівня підготовки студентів до встановлених завдань. Зокрема, поточному контролю підлягають:

1. активність та результативність роботи студента протягом семестру у вивченні програмного матеріалу дисципліни; відвідування занять;
2. виконання індивідуального завдання;
3. виконання проміжного тестового завдання зі змістовного модулю.

Контроль систематичності виконання самостійної роботи та активності на практичних (семінарських) заняттях.

Оцінювання здійснюється за наступними критеріями.

1. ступінь засвоєння матеріалу дисципліни;
2. ознайомлення з основною та додатковою літературою;
3. логіка, стиль виклад матеріалу в письмових роботах та усному виступі, вміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.
4. якість, самостійність та своєчасність виконання необхідних завдань.

Проміжний тестовий контроль зі змістовних тем. Проміжний тестовий контроль знань студентів здійснюється шляхом проведення тестування з основних навчальних елементів змістовних тем.

Підсумковий контроль здійснюється у формі екзамену. Загальна тривалість екзамену 2 академічні години. До складання екзамену допускаються студенти, які мають задовільну кількість балів зі складених тестів з основних навчальних елементів змістовних модулів, складання глосарію, написання та захисту реферату.

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять. Сума балів, які студент денної форми навчання може набрати за першим та другим розділом, дорівнює 60.

Підсумковий контроль засвоєння матеріалу здійснюється по їх завершенню на підсумкових заняттях та на екзаменаційному занятті.

Оцінка успішності студента з дисципліни є рейтинговою і виставляється за багатобальною шкалою.

Семестровий підсумковий контроль з дисципліни є обов'язковою формою контролю навчальних досягнень студента. Він проводиться відповідно до навчального плану у вигляді семестрового заліку в терміни, встановлені графіком навчального процесу та в обсязі навчального матеріалу, визначеного цією робочою програмою дисципліни.

Сумарна оцінка за вивчення дисципліни розраховується як сума контрольних оцінок та балів, отриманих за результатами підсумкового семестрового контролю. Загальна сума балів підсумкового семестрового контролю складає 100.

Підсумковий семестровий контроль здійснюється під час проведення екзамену.

Загальна кількість балів за успішне виконання екзаменаційних завдань дорівнює 40.

7. Розподіл балів, які отримують студенти

Приклад для екзамену

Поточний контроль та самостійна робота						Разом	Екзамен	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	60	40	100
10	10	10	10	10	10			

Критерії оцінювання екзаменаційної роботи:

40–30 балів – нараховуються в разі якщо відповідь є правильною, обґрунтованою, логічною, містить аналіз і систематизацію, зроблені аргументовані висновки; студент показує глибоке оволодіння лекційним матеріалом, здатний висловити власне ставлення до альтернативних міркувань з конкретної проблеми, проявляє вміння самостійно та аргументовано викладати матеріал.

30–20 балів – нараховуються в разі якщо відповідь відтворює значну частину навчального матеріалу; студент виявляє знання і розуміння основних положень з навчальної дисципліни, певною мірою може аналізувати матеріал, порівнювати та робити висновки; питання висвітлює повно, виявляє уміння аналізувати факти й події, а також виконувати навчальні завдання; у відповідях допущені неточності та певні помилки, при викладенні матеріалу має місце недостатня аргументованість.

20–0 балів – нараховуються в разі якщо відповідь відтворює основні положення навчального матеріалу на рівні запам'ятовування без достатнього розуміння; студент у цілому оволодів суттю питань з даної теми, виявляє знання лекційного матеріалу, навчальної літератури, намагається аналізувати факти й події, робити висновки; водночас, студент дає неповні відповіді на запитання, припускається грубих помилок при висвітленні матеріалу екзаменаційного білету.

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка за національною шкалою
	для екзамену
90 – 100	відмінно
70-89	добре
50-69	задовільно
1-49	не задовільно

9. Рекомендована література

Основна література

1. Александрова Н., Сорокина Е., Филоненко И. Выставочный менеджмент. Промэкспо. М., 2001.
2. Александрова Н., Сорокина Е., Филоненко И. Выставочный менеджмент. – М.: Промэкспо, 2005. – 262 с.
3. Алешина И.В. Поведение потребителей: Учеб. пособие для вузов. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2000. – 384 с.
4. Амблер Т. Практический маркетинг / Т. Амблер.- СПб: Издательство «Питер»,

2005. – 612 с.
5. Ассель Г. Маркетинг: принципы и стратегии / Г. Ассель. - М.: ИНФРА, 2004. — 324 с.
 6. Беляновский А.С. Маркетинговая реакция на появление выставки-конкурента // ЭКСПО ВЕДОМОСТИ. – 2007. – №1. – с. 23–26
 7. Березин И.С. Маркетинг и исследования рынков. М.: Русская Деловая Литература, 1999.
 8. Бижанова Е.М. Анализ процесса отбора выставок/ Е.М. Бижанова // Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции «Опыт и проблемы маркетинговой деятельности в российском предпринимательстве» – Пенза: РИО ПГСХА, 2004, с. 86 – 89.
 9. Валько А.А. Особенности рекламы на внешнем рынке / А.А. Валько // Маркетинг, реклама и сбыт. - 2004. - № 5 - С. 28-30
 10. Выставки России: цифры и факты // Удача-Экспо. – 2007 – №3. – с. 27–29.
 11. Голицына С. Что показала выставка МИТТ // Туризм: практика, проблемы, перспективы – 2001. - №4.
 12. Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика – 2-е издание, переработанное и дополнительное / Е.П. Голубков. – М.: Издательство «Финпресс», 2009 – 464 с.
 13. Гусев Э.Б., Прокудин В.А., Салашенко А.Т.. Основы выставочной деятельности Учебное пособие / Под ред. акад. Лаверова Н.П.. - М.: Из-во Рос.экон.акад., 2003.
 14. Гусев Э.Б., Прокудин В.А., Салашенко А.Г. Выставочная деятельность в России и за рубежом. – М.: Дашков и К, 2005. – 516 с.
 15. Дарьина Е.М. Роль выставок в продвижении инновационных проектов/ Е.М. Дарьина, Л.Н. Семеркова // Материалы межвузовской научнопрактической конференции студентов и аспирантов «Управление инвестиционными и инновационными процессами в экономике» – Пенза, 2000, с. 116 – 117.
 16. Дженстер П., Хасси Д. Анализ сильных и слабых сторон компании: определение стратегических возможностей. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 368 с.
 17. Затонец, Н.Д. Презентация как инструмент взаимодействия с общественностью / Теория и практика менеджмента и маркетинга: Материалы VI междун. науч.-практ. конференции. Минск, 30-31 мая 2005 г. / Под общей редакцией д.э.н., проф. И.Л. Акулича. – Минск: ООО «Мэджик Бук», 2005.- 100 с.
 18. Зеленина И.К. Организация и повышение эффективности участия малых, средних предприятий в выставках и ярмарках. С.-П., 2004. – 54 с.
 19. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок / Пер. с англ. В.А. Гольдича и А.И. Оганесовой; Науч. Ред. И авт. Вступ. ст. Б.А. Соловьев. М.:ООО «Издательство АСТ», 2000.-272с.
 20. Критсотакис Я.Г. Торговые ярмарки и выставки. Техника участия и коммуникации . 2-е изд., перераб. Доп. - М.: Издательско-торговая компания «Дашков и К», 2002.- 1012 с.
 21. Критсотакис Я.Г. Торговые ярмарки и выставки. Техника участия и коммуникации - М.: Ось-89,1997.
 22. Крылов И.В. Теория и практика рекламы в России. –М.: Издательство Центр, 1996.
 23. Мазманова, Б. Стимулирование персонала, занятого продажами / Б.Мазманова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. - №2 – С.12-18.
 24. Международный журнал «Выставочное обозрение» / «Exhibition Review» за 1999–2001 гг.
 25. Миллер С. Как использовать торговые выставки с максимальным эффектом. – М.: Довгань, 2005. – 209 с.
 26. Миллер С. Как использовать торговые выставки с максимальным эффектом. - М Довгань, 1998.

27. Миронова Е. Куда пойти на «Интермаркете» // Горячая линия. Туризм. №2. 2009.
28. Назаренко Л.Ф. Выставка как инструмент маркетинга. – М: Филинь, 2004. – 165 с.
29. Новиков М.Л., Симонов К.В. Факторы, определяющие ценовую политику российских выставочных операторов. Интернет версия. 2006.
30. Олвуд Д., Монтгомери Б. Выставки: планирование и дизайн. – Новосибирск: Interbook, 1991. - 33 с.
31. Осипов Д. Вопросы и ответы сайта МПТТ. 2002 //Туризм: практика, проблемы, перспективы. – 2002. – № 1.
32. Основы выставочно-ярмарочной деятельности / Под ред. Л.Е. Стровского – М.: Маркетинг, 2005. – 230 с.
33. Павлова А. Организаторы МПТТ: успех выставки не повод почить на лаврах //Туризм: практика, проблемы, перспективы. – 2001. – № 5.
34. Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К. Рекламная деятельность. Учебник для студентов вузов. 2-е изд., переработанное и дополненное. М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2000.
35. Саюшев В.А. 50 золотых правил экспонента. Журнал «Экспомир». 2003. №1.
36. Седова М. За витриной выставки //Обучение за рубежом. № 7. 2001.
37. Семенцова Т. Современные технологии выставочного маркетинга//Вопросы экономики – 2001 – №3.
38. Современные технологии управления выставочными проектами // Менеджмент в России и за рубежом. – 2007. - № 4. - С. 125-129.
39. Стровский Л.Е., Фролова Е.Д., Демченко Е.А. Рынок выставочно-ярмарочных услуг: формирование, функционирование, регулирование / Под общ. редакцией д.э.н., проф. Л.Е. Стровского. – Екатеринбург: ГОУ ВПО УГТУ-УПИ, 2004. – 370с.
40. Трофимов С.Н. Выставочная деятельность и ее регулирование. – СПб.: Невский фонд, 2006. – 126 с.
41. Туризм и гостиничное хозяйство: Учебник / Под ред. проф. Чудновского М.: ЭКМОС, 2000.
42. Успешное участие в выставках. Made in Germany. - Комитет германской экономики по делам торговых выставок и ярмарок (AUMA) - Essen. A.Zutter Messe-Verlag. 1997. - издание для России.
43. Фирдман С. Как показать товар лицом: выставки и презентации. – М.: КОНСЭКО, 1994.

Допоміжна література

1. Історія світової цивілізації: Соціокультурний розвиток людства: Навч.посібник для вузів: / Ю.В. Павленко. - 2-е вид. - К.: Либідь, 2000. - 358 с.
2. Історія сучасного світу: і С.М. Куліш, 2007.
3. Аваков Р. Колонізація і деколонізація: еволюція розвиваючогося мира // Мировая экономика международные отношения. - 2000. - №9.
4. Арндт Ханна Джерела тоталітаризму: переклад з англ.: В. Верлока. Д. Горчаков. - К.: Дух і Літера, 2002 . - 573 с.
5. Балабанова Н.В. Суспільство знань та інновацій: шлях до майбутнього України. - К.: Арістей. 2005. - 103 с.
6. Баранников В.Г., Матренина Л.Ф. Динамика религиозности в информационном обществе // Социологические исследования. - 2004. - №9.
7. Бовин Ю. Ведущие тенденции развития международных отношений // Международная жизнь. - 2004. - №4/5.
8. Вайнштейн Г. От новых технологий к «новой экономике» // Мировая экономика и международные отношения. - 2002. - №10.
9. Васильчук Ю. Постиндустриальная экономика и развитие человека // Мировая

- экономика и международные отношения. - 2003. - №7 - 8.
10. Видоевич З. Глобализация: хаотизация и конфликты в современном мире // Социологические исследования. - 2005. - №4.
 11. Галкин А.А. Глобализация и политические потрясения XXI века // Полис. - 2005. - №4.
 12. Глобализация и социокультурная динамика: личность, общество, культура // Полис. - 2003. - №1.
 13. Глобальный мир: единый и разделенный. Эволюция теорий глобализации: / Г'итас П.А., Н.А. Зотова. - М.: Международные отношения, 2005. - 676 с.
 14. Грядущее постиндустриальное общество: Опыт социального прогнозирования: перевод с англ. / Даниел Белл; Под ред. ВЛ. Иноземцева. - М., 1999. - 786 с.
 15. Демиденко З.С. Перспективы образования в меняющемся мире // Социологические исследования. 2005. - №2.
 16. Капица С.П. Глобальная демографическая революция и будущее человечества // Новая и новейшая история. - 2004. - №4.
 17. Кольчугина М. «Новая экономика» - новое образование // Мировая экономика и международные отношения. - 2003. - №12.
 18. Лебедев М.М. Проблемы развития мировой политики // Полис. - 2004. - №5.
 19. Маруховський О. Переваги і вади інформаційного суспільства // Політичний менеджмент. - 2005. - №1.
 20. Метаморфози світу: соціологія глобалізації: перевод с англ. / Домінік Мартен, Жан-Люк Мецжер и Філіп П'єр; Пер. Є.Т. Марічев. - К.: ВД «КМ Академія», 2005. - 302 с.
 21. Москвин Л.Б. Новые социальные измерения в современном мире // Общественные науки и современность. - 1999. - №3.
 22. Неклесса А. Глобальная трансформация: сущность, генезис, прогноз // Мировая экономика и международные отношения. - 2004. - №1.
 23. Павленко Ю.В. Україна в системі глобального цивілізаційного простору // Економіка і прогнозування. - 2003. - №1.
 24. Пахомов Ю.Н., Крымский С.Б., Павленко Ю.В. Пути и перепутья современной цивилизации. - К., 1998.
 25. Первая мировая война: Пролог XX века: / Ин-т всеобщей истории РАН; Отв.ред. В.Л. Мальков. - М.: Наука, 1999. - 697 с.
 26. Практика глобализации: игры и правила новой эпохи:/ О.В. Братимов. Ю.М. Горский, М.Г. Делягин, А.А. Коваленко. М.: ИНФРА-М, 2000. - 344 с.
 27. Рашковский Е. Восточное в глобальном // Мировая экономика и международные отношения. - 2005. - №1.
 28. Рашковский Е. Европа: внутренний облик и глобально-историческая динамика // Мировая экономика и международные отношения. — 2005. - №12.
 29. Рашковский Е. Религиозная сфера и интеллектуальные ресурсы человеческого развития // Мировая экономика и международные отношения. 2004. - №6.
 30. Розлогов К.З. Глобальная и/или массовая? // Общественные науки и современность. - 2003.-№2.
 31. Суперфин Л. Религия в индустриальном и постиндустриальном мире // Вопросы экономики. - 1993. - №8.
 32. Тоталитаризм в Европе XX века: Из истории идеологий, движений, режимов и их преодоления: / Общ.ред. Я.С. Драбкин и Н.П. Комолова. - М.: Памятники исторической мысли, 1996. - 539 с.
 33. Українське суспільство на шляху перетворень: західна інтерпретація: перевод с: англ. / Пер. А. Іщенко; За ред. В. Ісаїв. - К. : ВД «КМ Академія», 2004. - 361 с.
 34. Хевеши М.А. Массовое общество в XX веке // Социологические исследования. - 2001. - №7.

35. Хорос Постиндустриальный мир - проект и реальность // Восток. - 1998. - №1.
36. Шарыгин И. Образование и глобализация // Новый мир. - 2004. - №10.
37. Щербак Ю. Україна: Виклик і вибір. Перспективи України в глобалізованому світі століття / Ю. Щербак; Відп.за вип. К. Сігов и Л. Фінберг . - К.: Дух і Літера, 2003. - 576 с.

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

1. <http://www.tourism.gov.ua/> – Сайт державної туристичної адміністрації.
2. <http://www.world-tourism.org/> – Сайт з інформацією про розвиток світового туризму.
3. <http://www.igh.ras.ru/> – Сайтотека енциклопедичної літератури.
4. www.rubricon.com/ – Енциклопедичний словник з Всесвітньої історії.
5. http://rmat-english.narod.ru/slovar/slovar_r.htm – Туристський термінологічний словник (Зорін І.В., Квартальнов В.А.).