

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з науково-педагогічної роботи

Олександр ГОЛОВКО

» серпня 2022 р



**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ 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

2022/ 2023 навчальний рік

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

« 30» серпня 2022 року, протокол №1

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ: кандидат економічних наук, доцент кафедри туристичного бізнесу та країнознавства Поліна ПОДЛЕПІНА

Програму схвалено на засіданні кафедри туристичного бізнесу та країнознавства

Протокол від «29» серпня 2022 року № 1

Завідувач кафедри туристичного бізнесу та країнознавства

(підпис)

Анатолій ПАРФІНЕНКО

Програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми «Туризм» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти

Гарант освітньо-професійної програми «Туризм» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти

(підпис)

Анатолій ПАРФІНЕНКО

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

Протокол від «29» серпня 2022 року №1

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

(підпис)

Лариса ГРИГОРОВА-БЕРЕНДА

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Міжнародний туристичний бізнес» складена відповідно до освітньо-професійної програми «Туризм» підготовки магістра за спеціальністю 242 Туризм.

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Мета викладання навчальної дисципліни

Формування системи знань та практичних навичок щодо методології дослідження ринкових структур в умовах глобалізації економіки, теорії та практики міжнародного бізнесу в індустрії гостинності, технологій та інструментів міжнародного туристичного бізнесу, системи взаємодії суб'єктів туристичної діяльності при виході та функціонуванні на зовнішніх ринках.

1.2. Основні завдання вивчення дисципліни

- формування наступних загальних компетентностей:

ЗК 2. Здатність вести професійну діяльність у міжнародному та вітчизняному середовищі.

ЗК 3. Здатність спілкуватися іноземною мовою;

- формування наступних фахових компетентностей:

СК1. Здатність застосовувати у професійній діяльності категорійно-термінологічний апарат, концепції, методи та інструментарій системи наук, що формують науковий базис туризму та рекреації.

СК2. Здатність планувати і виконувати наукові та/або прикладні дослідження у сфері туризму та рекреації

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

1.3. Кількість кредитів 5

1.4. Загальна кількість годин 150

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
Обов'язкова	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
1-й	1-й
Семестр	
1	1
Лекції	
26 год.	10 год. (2 год. ауд. 8 год. дист.)
Практичні, семінарські заняття	
13 год.	-

Лабораторні заняття	
-	-
Самостійна робота	
111 год.	140 год.
в т. ч. Індивідуальні завдання	
- год.	- год.

1.6. Заплановані результати навчання

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти мають досягти наступних результатів:

РН1 Спеціалізовані концептуальні знання, що включають сучасні наукові здобутки, критичне осмислення проблем у сфері туризму та рекреації і на межі галузей знань

РН 2 Спеціалізовані уміння/навички розв'язання проблем, необхідні для проведення досліджень та/або провадження інноваційної діяльності з метою розвитку нових знань та процедур у сфері туризму і рекреації.

РН 3 Застосовувати сучасні цифрові технології, методи та інструменти дослідницької та інноваційної діяльності для розв'язання складних задач у сфері туризму та рекреації.

РН 4 Проводити аналіз геопросторової організації туристичного процесу, проєктувати його стратегічний розвиток на засадах сталості.

РН 5 Здійснювати комплексний аналіз і оцінювання функціонування туристичного ринку різних ієрархічних рівнів, прогнозувати тенденції його розвитку.

РН 6 Аналізувати та оцінювати діяльність суб'єктів туристичного ринку, планувати результати їх стратегічного розвитку.

РН 7 Організовувати співпрацю зі стейкхолдерами, формувати механізми взаємодії суб'єктів туристичного ринку з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.

РН 8 Управляти процесами в суб'єктах індустрії туризму та рекреації на різних ієрархічних рівнях, які є складними, непередбачуваними і потребують нових стратегічних підходів.

РН 9 Розробляти та реалізовувати проєкти у сфері туризму та рекреації на засадах економічної, соціальної і екологічної ефективності.

РН 10 Приймати ефективні рішення у сфері туризму та рекреації щодо розв'язання широкого кола проблем, зокрема безпеки і якості туристичного обслуговування.

РН 11 Вільно спілкуватися державною та іноземною мовами усно і письмово для обговорення професійних проблем, презентації результатів досліджень та проєктів у сфері туризму і рекреації.

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, роль брендінгу в МТБ.

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.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	сем	лаб.	інд.	с.р.		л	сем	лаб.	інд.	с.р.
Розділ 1. Теоретико-методологічні засади розвитку міжнародного туристичного бізнесу												
Тема 1. Міжнародний туристичний бізнес як економічна категорія: основні поняття, види (форми), теорії розвитку, соціально-економічний, культурний та екологічний напрями впливу	20	8	2			10	25	3				22
Тема 2. Середовище міжнародного туристичного бізнесу: політичне, економічне, правове. Сучасні ризики та небезпеки	18	4	2			12	26	1				25
Тема 3. Компонентна структура системи міжнародного туристичного бізнесу: суб'єкти, нові форми організації в умовах	21	4	2			15	24	2				22

глобалізації та інтернаціоналізації												
Тема 4. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туристичного бізнесу	25	2	3			20	25					25
Розділ 2. Організація та просування туристичного бізнесу на міжнародній рівень												
Тема 5. Особливості міжнародного маркетингу в туристичному бізнесу	18	4	2			12	25	2				23
Тема 6. Розробка стратегії виходу національних суб'єктів туристичного бізнесу на світовий ринок	18	4	2			12	25	2				23
Підготовка до поточного тестового контролю	30					30						
Усього годин	150	26	13			111	150	10				140

4. Теми семінарських (практичних, лабораторних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Міжнародний туристичний бізнес як економічна категорія: основні поняття, види (форми), теорії розвитку, соціально-економічний, культурний та екологічний напрями впливу	2
2	Середовище міжнародного туристичного бізнесу: політичне, економічне, правове. Сучасні ризики та небезпеки	2
3	Компонентна структура системи міжнародного туристичного бізнесу: суб'єкти, нові форми організації в умовах глобалізації та інтернаціоналізації	2
4	Сучасні тенденції розвитку міжнародного туристичного бізнесу	3
5	Особливості міжнародного маркетингу в туристичному бізнесу	2
6	Розробка стратегії виходу національних суб'єктів туристичного бізнесу на світовий ринок	2
	Разом	13

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин	
		денна	заочна
1	<p>Тема 1. Міжнародний туристичний бізнес як економічна категорія: основні поняття, види (форми), теорії розвитку, соціально-економічний, культурний та екологічний напрями впливу:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 	10	22
2	<p>Тема 2. Середовище міжнародного туристичного бізнесу: політичне, економічне, правове. Сучасні ризики та небезпеки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 	12	25
3	<p>Тема 3. Компонентна структура системи міжнародного туристичного бізнесу: суб'єкти, нові форми організації в умовах глобалізації та інтернаціоналізації:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 	15	22

4	<p>Тема 4. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туристичного бізнесу:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 	20	25
5	<p>Тема 5. Особливості міжнародного маркетингу в туристичному бізнесу:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 	12	23
6.	<p>Тема 6. Розробка стратегії виходу національних суб'єктів туристичного бізнесу на світовий ринок:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 	12	23
7.	Підготуватися до поточного тестового контролю	30	
	Разом	111	140

6. Індивідуальні завдання

Не передбачені навчальним планом.

7. Методи навчання

Під методом навчання розуміємо спосіб упорядкованої взаємозв'язаної діяльності викладача, направленої на досягнення мети вивчення дисципліни, рішення завдань виховання і розвитку студента в процесі навчання. Тобто, це – 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.

При проведенні визначених планом видів занять використовуються такі методи: словесні (бесіда, пояснення, розповідь, навчальна дискусія); наочні (демонстрація, ілюстрування); практичні (вирішення задач, відповіді на тести, вправи, практична робота) тощо.

Крім традиційних, використовуються й інші, так звані «активні» методи навчання, особливістю яких є спонукання студента і викладача до

активності та обов'язкова взаємодія в процесі навчання студентів між собою чи з іншими суб'єктами навчально-виховного процесу (ділова гра, розігрування ролей, аналіз конкретних ситуацій, ігрове проектування, кейси, он-лайн робота тощо).

8. Методи контролю

Засвоєння тем розділів (поточний контроль) здійснюється на семінарських та практичних заняттях відповідно до контрольних цілей.

Поточний контроль і оцінювання результатів навчання передбачає виставлення оцінок за всіма формами проведення занять:

- Контроль та оцінювання активності роботи студента під час лекційних, семінарських і практичних занять;
- Контроль та оцінювання якості підготовки та розробки проектних завдань;
- Контроль засвоєння теоретичного та практичного матеріалу;
- Контроль та оцінювання вмінь вирішувати розрахункові, ситуаційні та евристичні задачі;
- Контроль та оцінювання вмінь проводити дослідження та презентувати їх.

Завданням контролю є оцінювання знань, умінь та практичних навичок студентів, набутих під час вивчення певного блоку тем.

Застосовуються такі методи контролю підготовки студентів:

- усні відповіді на семінарських заняттях;
- письмового експрес-контролю;
- колоквіум;
- тестові завдання;
- розрахункові задачі;
- виконання творчих завдань;
- розв'язування ситуаційних задач;
- виконання індивідуальної семестрової роботи (реферати, аналітичні обзори).

Результати поточного контролю (поточна успішність) є базовою інформацією при проведенні підсумкового контролю і враховуються при визначенні підсумкової екзаменаційної оцінки з дисципліни. Сума балів, які студент може набрати за поточним контролем, дорівнює 60.

Семестровий підсумковий контроль проводиться відповідно до навчального плану у вигляді семестрового екзамену в терміни, встановлені графіком навчального процесу та в обсязі навчального матеріалу, визначеному даною програмою дисципліни.

До екзамену допускаються студенти, які мають достатню кількість балів з поточного контролю. Загальна кількість балів за успішне виконання екзаменаційних завдань становить 40 (з них: відповіді на 2 теоретичні питання – по 15 балів; тестові питання – 10 балів)

Час виконання – до 90 хвилин.

УВАГА! У разі використання заборонених джерел студент на вимогу викладача залишає аудиторію та одержує загальну нульову оцінку (0).

Сумарна оцінка за вивчення дисципліни розраховується як сума поточного контролю та балів, отриманих за результатами підсумкового семестрового контролю.

За результатами поточного та підсумкового контролю студент може набрати від 0 до 100 балів включно. Набрана кількість рейтингових балів студентом служить основою для оцінки за національною шкалою.

У разі настання / подовження дії обставин непоборної сили здобувачам вищої освіти денної та заочної форм навчання надається можливість скласти екзамен в тестовій формі (білет містить 40 тестових завдань, здобувач одержує 1 бал за кожен вірну відповідь) дистанційно на платформі Moodle в дистанційному курсі «Міжнародний туристичний бізнес», режим доступу: <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=5046>

9. Схема нарахування балів

Структура та складові підсумкової оцінки з дисципліни:

- вивчення та засвоєння тем (активна робота протягом семестру, виконання практичних завдань, виступи з доповідями та презентаціями, ведення опорного конспекту (стислою і системною викладання основного теоретичного матеріалу) – 40 балів, поточний тестовий контроль – 20 балів (одне тестове завдання - 1 бал),

- підсумковий контроль – 40 балів (з них: відповіді на 2 теоретичні питання – по 15 балів; тестові питання – 10 балів).

Заохочувальні бали – підготовка тез конференцій – 5 балів, підготовка до видання наукової статті за тематикою дисципліни – 10 балів.

Поточний контроль та самостійна робота							Разом	Екзамен	Сума
Тема 1	Тема 2	Тема 3	Тема 4	Тема 5	Тема 6	ПТК			
6	6	6	7	7	8	20	60	40	100
(мінімум – 30)								(мінімум – 20)	(мінімум – 50)

ПТК – поточний тестовий контроль

Студент допускається до підсумкового семестрового контролю, якщо за результатами поточного контролю він набрав **не менше 30 балів**.

Критерії поточного оцінювання знань студентів:

- *максимальний бал (8; 7; 6)*, передбачений робочою програмою навчальної дисципліни «Міжнародний туристичний бізнес», за роботу в рамках теми на лекційних та семінарських (практичних) заняттях отримує студент, який 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, активно доповнює хід обговорення проблемних питань; систематично відвідує заняття та веде опорний конспект лекцій.

- *мінімальний бал (1)*, передбачений робочою програмою навчальної дисципліни «Міжнародний туристичний бізнес», за роботу в рамках теми на лекційних та семінарських (практичних) заняттях отримує студент, який 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, не приймає участь в обговоренні проблемних питань, несистемно відвідує заняття.

- *не отримує балів (0)*, студент, який не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань, не відвідує заняття.

У разі проведення ректорського контролю з дисципліни «Міжнародний туристичний бізнес», результати тестування можуть бути зараховані як проходження студентом поточного тестового контролю з дисципліни.

Критерії оцінювання теоретичних питань екзаменаційної роботи:

- *максимальний бал (13-15)*, отримує студент, відповіді якого правильні, повні, послідовні, логічні; студент впевнено володіє теоретичним та фактичним матеріалом з усього курсу, вміє застосовувати його щодо конкретно поставлених завдань, чітко орієнтується в матеріалі, аналізує причинно-наслідкові зв'язки, вміє виявити тенденції, визначити перспектив.

- *8-12 балів* отримує студент, якщо відповідь правильна, послідовна, логічна, але студент допускає у викладі окремі незначні пропуски теоретичного фактичного матеріалу, вміє застосовувати його щодо конкретно поставлених завдань, у деяких випадках нечітко формулює загалом правильні відповіді, орієнтується в матеріалі;

- *3-7 балів* отримує студент, який володіє певною частиною теоретичного фактичного матеріалу, але викладає його непослідовно і нелогічно, допускає істотні пропуски у відповіді, не впевнено орієнтується у нормативній базі, теоретичних засадах, не завжди вміє інтегровано застосовувати набуті знання для аналізу конкретних ситуацій, нечітко, а інколи й невірно формулює основні теоретичні положення та причинно-наслідкові зв'язки;

- *мінімальний бал (1-2)*, отримує студент, який виявляє незнання більшої частини теоретичного та фактичного матеріалу; відповідь не розкриває поставлених запитань чи завдань; допускає грубі помилки.

- *не отримує балів (0)*, студент, який не виконав відповідного завдання або виконав його повністю неправильно.

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка
	для чотирирівневої шкали оцінювання
90 – 100	відмінно
70-89	добре
50-69	задовільно
1-49	незадовільно

10. 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 , Sławomir 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.

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

1. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. – Режим доступу: <https://www.unwto.org>
2. List of business entities. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://en.wikipedia.org/wiki/Types_of_business_entity

3. 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)
4. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [WEF_TTCR_2019.pdf](https://www.weforum.org/reports/ttcr-2019) (weforum.org)
5. <https://opentextbc.ca/introtourism/> - Introduction to Tourism and Hospitality in B.C.
6. <https://www.tourismbeast.com>
7. https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism_en - Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. Tourism
8. 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

12. Особливості навчання за денною формою в умовах подовження 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 «Міжнародний туристичний бізнес», режим доступу: <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=5046>