

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СОЦІОЛОГІЇ ТА УПРАВЛІННЯ
КАФЕДРА СОЦІАЛЬНОЇ ФІЛОСОФІЇ ТА УПРАВЛІННЯ**

ЗАТВЕРДЖУЮ
Декан факультету соціології та
управління
Т.Ф. Бірюкова
“ _____ ” _____ 2021 р.

ФІЛОСОФІЯ КРЕАТИВНОГО ТУРИЗМУ

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
підготовки *бакалаврів*

спеціальність - 033 Філософія

освітньо-професійна програма – Європейські філософські студії і креативні індустрії

Укладач: Кривега Л.Д., д.ф.н., професор, професор кафедри соціальної філософії та управління.

Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри соціальної філософії та
управління

Ухвалено науково-методичною радою
факультету соціології та управління

Протокол № 1 від “26” серпня 2021 р.
Завідувач кафедри соціальної філософії та
управління

Протокол № 1 від “30” серпня 2021 р.
Голова науково-методичної ради факультету
соціології та управління

(підпис) Т.І. Бутченко
(ініціали, прізвище)

(підпис) Н.В. Горло
(ініціали, прізвище)

Погоджено
з навчально-методичним відділом

(підпис) (ініціали, прізвище)

2021 рік

1. Опис навчальної дисципліни

1	2	3	
Галузь знань, спеціальність, освітня програма рівень вищої освіти	Нормативні показники для планування і розподілу дисципліни на змістові модулі	Характеристика навчальної дисципліни	
		очна (денна) форма здобуття освіти	заочна (дистанційна) форма здобуття освіти
Галузь знань <u>03 – Гуманітарні науки</u>	Кількість кредитів – 4	Обов'язкова	
		Цикл професійної підготовки освітньої програми	
Спеціальність <u>033 – Філософія</u>	Загальна кількість годин – 120	Семестр:	
		3 -й	
Освітньо-професійна програма Європейські філософські студії та креативні індустрії	Змістових модулів – 4	Лекції	
		28 год.	
Рівень вищої освіти: бакалаврський	Кількість поточних контрольних заходів – 12	Семінарські	
		14 год.	
		Самостійна робота	
		78 год.	
		Вид підсумкового семестрового контролю: екзамен	

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Філософія креативного туризму» є - формування обізнаності майбутніх фахівців щодо сутності, атрибутів, модусів креативного туризму; - засвоєння специфіки філософського осягнення креативного туризму. Курс «Філософія креативного туризму» спрямований на: - вивчення студентами загальної характеристики туризму, проявів його креативності; - розуміння основних понять та проблематики туризмознавства; з'ясування онтології, гносеології, аксіології туризму. Курс сприяє формуванню у студента вільного, раціонального, критичного уявлення щодо туризму і туристичної активності людини. Пропонований курс дає студенту настанову, що філософствування – невід'ємний атрибут людського існування, бо спроби знаходити „мудрі” технології вирішення нагальних проблем завжди супроводжували людство і туристична активність допомагає людині в цьому. Філософічність буття людини особливо актуалізується в „пограничних станах”, де втрачаються звичні „декорації” приватного та публічного буття. Це стосується і туристичних

і особливо це стосується коронавірусного формату світу, в якому людство зараз перебуває. *Знайомство* з філософським доробком людства щодо креативного туризму дає можливість студентам оволодіти вмінням застосовувати філософські знання в своїй безпосередній практичній і науковій діяльності, в повсякденному житті та соціально-конструктивній активності. *Інтерактивний формат курсу*, що спонукатиме до дебатів, полеміки, аргументованого відстоювання власної точки зору, орієнтований на розвиток критично важливих для фахівця навичок ефективної діалогової, креативної комунікації. Використання новітніх програмних засобів під час виконання тестових завдань розвине як загальні, так і професійні цифрові компетенції студентів

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Філософія креативного туризму» є:

- надати систематизовані уявлення стосовно найважливіших світоглядно-методологічних інновацій, які відбулися у царині філософської рефлексії туризму;
- засвоїти основні поняття, проблеми та тенденції розвитку філософії креативного туризму;
- сформувані у студента ґрунтовні знання стосовно специфіки філософського мислення креативного туризму;
- досягнути глибокого усвідомлення багатовимірного взаємозв'язку особливостей філософського мислення та соціокультурного розвитку щодо туризму;
- сформувані навички самостійного аналізу можливостей і меж креативного туризму в українському та світовому форматі;
- сформувані навички застосування найважливіших світоглядно-методологічних ідей філософії туризму для аналізу сучасних проблем людини, суспільства, пізнання.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати:

- основні поняття та проблематику філософії креативного туризму;
- розмаїття підходів, методологічних комплексів в пізнанні явищ та процесів філософії креативного туризму;
- сутність, атрибути, моделі організації креативного туризму;
- методи і нормативну основу створення креативного туристичного продукту;
- методи просування; стимулювання продажу і реклами туристичного продукту; специфіку реклами в креативному туризмі; особливості роботи туристичних виставок та ярмарок;
- основні моделі організації креативного туризму в різноманітних соціокультурних системах світу;
- основні тенденції розвитку світового туризму та його креативного сегменту;

вміти:

- давати характеристику основних понять філософії креативного туризму;
- самостійно аналізувати та робити власну модель креативного туристичного продукту;
- використовувати критичний, евристичний та світоглядний потенціал філософії креативного туризму для вирішення нагальних світоглядних, практичних, методологічних та аксіологічних проблем у своїй фаховій та повсякденній діяльності;
- уточнювати та збагачувати свої світоглядні уявлення шляхом критичного аналізу основних ідей філософів креативного туризму;
- володіти технікою створення, розповсюдження і просування креативного туристичного продукту; - проводити рекламні кампанії, презентацій, включаючи роботу на спеціалізованих виставках;- організовувати підготовку, презентацію і поширення спеціалізованої інформації щодо креативних. Форм туризму.

- на підґрунті знань основних ідей філософії креативного туризму співвідносити свою власну екзистенційну ситуацію з поточним станом проблем коронавірусного світу та поточними й перспективними наслідками пандемії Covid - 19 для України.

Заплановані робочою програмою результати навчання та компетентності	Методи і контрольні заходи
1	2
<p>ЗК2. Здатність вчитися й оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК6. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК15. Здатність до креативної рефлексії, відкритість до інноваційних ідей і готовність до змін думок в світлі наявних даних та аргументів.</p> <p>СК3. Здатність використовувати в професійній діяльності знання про розвиток основних філософських ідей, учень та напрямків.</p> <p>СК9. Здатність застосовувати в професійній діяльності філософські методи і підходи.</p> <p>СК10. Здатність аналізувати та коментувати літературу з філософської, соціокультурної та загальнонаукової проблематики.</p> <p>СК18. Здатність адаптувати філософські ідеї та смисли до соціально-проектної реалізації у культурних практиках і креативних індустріях.</p>	<p>Поточний контроль здійснюється методами усного опитування на семінарських заняттях, проведення тестування в системі Moodle</p>
<p>РН06. Мати обізнаність щодо основних напрямів, тенденцій, проблематики сучасної філософії.</p> <p>РН13. Критично оцінювати власну позицію та знання, порівнювати і перевіряти отримані результати.</p> <p>РН15. Мати навички ведення інтелектуальних дискусій на засадах діалогу, відкритості й толерантності.</p> <p>РН19. Вміти генерувати і засвоювати інноваційні філософські смисли та ідеї.</p> <p>РН21. Мати навички фасилітації креативного потенціалу індивідуальної і колективної свідомості.</p> <p>РН23. Мати навички вирішення ініціювання і проведення філософського діалогу задля налагодження міжрегіонального творчого співробітництва і долучення до загальноєвропейського креативного простору.</p> <p>РН25. Вміти адаптувати філософські ідеї та смисли для соціально-проектної реалізації в масових культурних практиках і креативних індустріях.</p>	<p>Підсумковий контроль здійснюється за допомогою перевірки індивідуального завдання, проведення екзамену та підсумкового тестування в системі Moodle.</p>

Міждисциплінарні зв'язки.

Дисципліни, які тематично пов'язані з курсом «Філософія креативного туризму», відповідно до структурно-логічної схеми освітньо-професійної програми: Онтологія творчості, Філософія креативної економіки.

3. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. *Філософія креативного туризму: сутність, атрибути, тенденції розвитку.*

Тема 1. *Сучасний туризм: сутність, атрибути, креативні форми, тенденції розвитку. Сучасний Ринок Туристичних послуг.*

Семантичний простір поняття «туризм». Турист: основні характеристики. Нормативно-правове регулювання туристичної активності людини та підприємницької діяльності. Тенденції розвитку сучасного туризму. Специфіка світового ринку туристичних послуг. Світовий ринок туристичних послуг - це сфера стійких відносин між суб'єктами світового господарства у галузі туризму з приводу виробництва, реалізації, розподілу і споживання туристичних послуг та супутніх товарів. Ризики на світовому ринку туристичних послуг.

Тема 2. *Сучасний світ: загальна характеристика та туристичний аспект. Глобалізація як мейнстрім розвитку сучасного світу: туристичний дискурс.*

Поняття «сучасний світ». Географічно-природнича характеристика сучасного світу: туристичний аспект. Культурно-ідеологічні та демографічні особливості сучасного світу: туристичний контекст. Особливості політико-правової карти світу. Центри сили (країни – лідери) та їх вплив на розвиток сучасного світу та туризму.

Глобалізація: сутність, суб'єкти, наслідки для туризму. Глобальні проблеми сучасності та їх вплив на розвиток туризму. Загальна характеристика інформаційного суспільства. Інформатизація туристичного бізнесу.

Змістовий модуль 2. *Види туризму, їх креативний потенціал та туроперейтинг.*

Тема 3. *Креативний потенціал різноманітних видів туризму.*

Неорганізований (або самодіяльний) туризм. Організований туризм. За способом пересування існує авіаційний, залізничний, автомобільний, автобусний, водний, пішохідний, велосипедний і комбінований туризм. За інтенсивністю туристичного потоку туризм ділиться на сезонний і позасезонним. За тривалістю подорожі - короткостроковий (до 1 тижня) і довгостроковий туризм. Види туризму за віковою ознакою та метою подорожі. Поняття «подієвий» та «космічний» туризм. Специфіка цих видів туризму. Креативний характер діяльності суб'єктів туристичного бізнесу щодо їх організації

Тема 4. *Маркетинг у креативному туризмі. Туроперейтинг креативного туризму.*

Суть маркетингу в креативному туризмі. Туристичний маркетинг - це систематичні зміни і координація діяльності туристичних підприємств, а також приватної і державної політики в галузі туризму, яка здійснюється за регіональними, національними чи міжнародними планами. Система та функції маркетингу в креативному туризмі. Туроператор і турагент як основні суб'єкти креативно-туристичної діяльності. Організація туристичного бізнесу. Ліцензування. Суб'єкти ринкових відносин в туризмі: організатори і продавці (туроператори

і турагенти) туристичного продукту; їх контрагенти — виконавці послуг (готелі, ресторани, компанії-перевізники, екскурсійні бюро); покупці (споживачі) як комплексного турпродукту, так і окремих туристичних послуг. Реклама як чинник креативності в туристичній галузі. Сутність реклами. Організація рекламної діяльності, принципи та канали поширення реклами. Специфіка рекламної діяльності туристичного підприємства. Правила проведення рекламної компанії та формування іміджу туристичного підприємства.

Змістовий модуль 3. *Дослідження моделей організації креативного туризму: східний, європейський та американський досвід.*

Тема 5. *Європейський ареал: туристичні креативні стратегії, здобутки та проблеми в розвитку туристичної галузі регіону.*

Загальна характеристика туристичного потенціалу Європи. Основні популярні туристичні дестинації європейського континенту. Здобутки та проблеми в розвитку туристичної галузі регіону. Трудова міграція і туризм: європейський контекст. *Моделі розвитку креативного туризму в Європі.*

Специфіка організації та маркетингових стратегій в туристичній галузі в Німеччині. Особливості організації туристичної галузі в Великій Британії. Нідерланди як об'єкт туризму. Данія та її туристичний потенціал. Швеція і Фінляндія: маркетингові стратегії в туризмі. Особливості організації туристичної галузі в Італії. Франція – лідер світового в'їзного туризму. Особливості організації туристичної галузі в країні. Особливості організації туристичної галузі в Іспанії.

Тема 6. *Американський туризм: креативні аспекти.*

Особливості організації туристичної галузі в США, Канаді та Мексиці. Тури в США: специфіка та основні напрямки. Організація турів для українців в Канаду, Мексику та Карибський регіон. Особливості організації туристичної галузі в країнах Латинської Америки. Туристичний потенціал Бразилії, Перу, Чилі, Колумбії, Аргентини. Тури в країни Латинської Америки: специфіка та основні напрямки. Туристичні ризики в країнах Латинської Америки.

Тема 7. *Близький Схід: туристичний креативний потенціал в умовах турбулентності сучасного соціального буття.*

Поняття та структура Близького Сходу. Географічне положення: клімат, флора, фауна, ресурси. Загальна характеристика близькосхідних країн та їх туристичного потенціалу. Країни-лідери регіону: Єгипет, Саудівська Аравія, ОАЕ, Катар. Основні показники рівня соціально-економічного розвитку. Політичні проблеми та тенденції соціальних змін в регіоні. Роль Близького Сходу в переформатуванні сучасного світу. Маркетингові технології організації турів в країні регіону.

Тема 8. *Моделі розвитку та креативний потенціал туризму в країнах Близького Сходу (Туреччина, Єгипет, ОАЕ та інші країни регіону).*

Туризм в Туреччині. Маркетингові туристичні пропозиції щодо Туреччині. Модель розвитку туризму в Єгипті. Маркетингові туристичні пропозиції щодо Єгипту. ОАЕ як світовий туристичний центр. Маркетингові туристичні пропозиції щодо ОАЕ. Моделі розвитку туризму в інших країнах Близького Сходу та Африки.

Тема 9. *Далекий Схід: моделі креативного розвитку, ціннісні орієнтації та туристичні перспективи.*

Поняття та структура Далекого Сходу. Географічне положення: клімат, флора, фауна, ресурси. Загальна характеристика східно-азіатських країн та їх туристичного потенціалу.

Китай, Японія, Південна Корея, Індія, Індонезія як об'єкти туристичного аналізу. Роль Далекого Сходу в переформатуванні сучасного світу й туристичних потоків та процесів.

Тема 10. *Моделі розвитку креативного туризму в країнах Південно-Східної Азії (Китай, Індія, Японія, Корея, Таїланд).*

Організація турів для українців в туристичні центри Китаю. Організація турів для українців в Індію і Японію. Специфіка маркетингових стратегій щодо організація турів для українців в Таїланд. Південна Корея як новий туристичний напрямок для українських туристичних фірм.

Тема 11. *Моделі організації креативного туризму в східноєвропейських країнах (Чехія, Угорщина, Польща, Болгарія).*

Особливості організації туризму в східноєвропейських країнах. Специфіка маркетингових стратегій щодо організація турів для українців в Східну Європу. Специфіка маркетингових стратегій щодо організація креативних турів для українців в Чехію, Угорщину, Польщу, Болгарію.

Змістовий модуль 4. *Креативний туризм в Африці, Океанії та Україні.*

Тема 12. *Африка у світових координатах креативного туризму.*

Загальна характеристика африканського континенту. Особливості і маркетингові проблеми організації креативного туристичного бізнесу в Африці. Розвинуті та потенціальні туристичні центри Африки.

Тема 13. *Океанія та острівна соціальність: особливості маркетингу та тенденції розвитку туристичного потенціалу.*

Загальна характеристика туристичного потенціалу Океанії. Острівний характер ідеальних для життя країн в літературі. Основні принципи маркетингової стратегії острівних турів. Острів як туристична дестинація: поняття та класифікація. Своєрідність острівної соціальності: туристичний аспект.

Тема 14. *Туристичний потенціал України та Запорізького регіону.*

Загальна характеристика України як туристичного об'єкта та суб'єкта туристичного бізнесу. Основні туристичні центри та популярні дестинації країни. Маркетингові стратегії туристичних фірм України щодо організації туристичної активності громадян та іноземців. Проблеми та здобутки туристичної галузі в Україні.

4. Структура навчальної дисципліни

Змістовий модуль	Усього годин	Аудиторні (контактні) години					Самостійна робота, год		Система накопичення балів		
		Усього годин	Лекційні Заняття, год		Семінарські/ Практичні /лабораторні заняття, год				Теор. зав-ня, к-ть балів	Практ. зав-ня, к-ть балів	Усього балів
			о/дф.	з/дист ф.	о/д ф.	з/дист ф.	о/д ф.	з/дист ф.			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	9	7/2	7		2		12		10	2	12
2	11	7/4	7		4		12		10	6	16

3	11	7/4	7		4		12		10	6	16
4	11	7/4	7		4		12		10	6	16
Усього за змістові модулі	42	28/14	28		14		48		40	20	60
Підсумковий семестровий контроль залік	30						30				40
Загалом	120	28/14	28		14		78		40	20	100

5. Теми лекційних занять

№ теми з/прогр. вказується номер теми відповідно до п.3 Програма навчальної дисципліни	Назва теми	Кількість годин	
		д.ф.	з.ф.
1	Сучасний туризм: сутність, атрибути, креативні форми, тенденції розвитку	2	
2	Сучасний ринок креативних туристичних послуг	2	
3	Креативний потенціал різноманітних видів туризму. Подієвий туризм та космічний туризм	2	
4	Маркетинг у креативному туризмі.	2	
5	Туроперейтинг креативного туризму.	2	
6	Дослідження поведінки споживача креативних туристичних послуг	2	
7	Креативна реклама та PR у туристичній галузі	2	
8	Інституалізація та інтеграція сучасного соціального та туристичного простору	2	
9	Глобалізація та пандемія коронавірусу як мейнстрім розвитку сучасного світу: туристичний дискурс	2	
10	Європейський ареал: туристичні маркетингові стратегії, здобутки та проблеми в розвитку туристичної галузі регіону	2	
11	Близький Схід: туристичний потенціал в умовах турбулентності сучасного соціального буття	2	
12	Далекий Схід: моделі розвитку, ціннісні орієнтації та туристичні перспективи	2	

13	Африка у світових координатах туризму	2	
14	Океанія та острівна соціальність: особливості маркетингу та тенденції розвитку туристичного потенціалу	2	
Разом		28	

6. Теми практичних (семінарських/лабораторних) занять

№ теми з/прогр. <small>вказується номер теми відповідно до п.3 Програма навчальної дисципліни</small>	Назва теми	Кількість годин	
		д.ф.	з.ф.
1	Моделі розвитку та креативний потенціал туризму в країнах Близького Сходу (Туреччина, Єгипет, ОАЕ та інші країни регіону).	2	
2	Моделі розвитку креативного туризму в країнах Південно-Східної Азії (Китай, Індія, Японія, Корея, Таїланд).	2	
3	Європейський ареал: креативні туристичні маркетингові стратегії, здобутки та проблеми в розвитку креативного туризму	2	
4	Африка у світових координатах креативного туризму.	2	
5	Океанія та острівна соціальність: особливості розвитку туристичного потенціалу	2	
6.	Американський туризм: креативні аспекти.	2	
7	Потенціал креативного туризму в Україні та і Запорізькому регіоні	2	
Разом		14	

7. Види контролю і система накопичення балів

Обов'язкові види роботи:

Поточне тестування – здійснюється в форматі тестування в системі Moodle після аудиторних занять та самостійного опрацювання матеріалу навчальної дисципліни з метою перевірки рівня засвоєння студентами основних положень курсу філософії. Терміни для виконання кожного тесту визначаються згідно встановленому графіку освітнього процесу.

Рубіжний підсумковий контроль здійснюється по завершенні вивчення атестаційного періоду як сума балів за результатами тестування та роботи на семінарах.

№ змістового модуля	Вид поточного контрольного заходу	Зміст поточного контрольного заходу	Критерії оцінювання	Усього балів
1	2	3	4	5

1	Тестування Тест 1 Тест 2	Сучасний туризм: сутність, атрибути, креативні форми, тенденції розвитку Ринок креативних туристичних послуг	Відповідність правильним відповідям	10
Усього за ЗМ 1 контр. заходів	2			10
2	Тестування Тест 3 Тест 4	Креативний потенціал різноманітних видів туризму. Подієвий туризм та космічний туризм Маркетинг у креативному туризмі. Туроперейтинг креативного туризму.	Відповідність правильним відповідям	10
Усього за ЗМ 2 контр. заходів	2			10
3	Тестування Тест 5 Тест 6	Дослідження поведінки споживача креативних туристичних послуг. Креативна реклама та PR у туристичній галузі	Відповідність правильним відповідям	10
	Відповідь на семінарських заняттях	Моделі розвитку та креативний потенціал туризму в країнах Близького Сходу (Туреччина, Єгипет, ОАЕ та інші країни регіону). Моделі розвитку креативного туризму в країнах Південно-Східної Азії (Китай, Індія, Японія, Корея, Таїланд). Європейський ареал: туристичні маркетингові стратегії, здобутки та проблеми в розвитку туристичної галузі регіону.	Цей вид роботи дає можливість отримати від 1 до 3 балів за кожну пару: - 3 бала ставиться за повну змістовну відповідь студента без опори на конспект, коли студент відповідає на всі додаткові питання за темою виступу; - 2 бали ставиться, коли відповідь студента неповна, але студент володіє матеріалом, опора на конспект незначна, на додаткові питання відповідає частково; - 1 бал ставиться за неповну відповідь з опорою на конспект, на додаткові питання студент відповідає частково і за доповнення з місця студент отримує також 1 бал за кожне доречне доповнення.	10
Усього за ЗМ 3 контр.	4			20

заходів				
4	Тестування Тест 7 Тест 8	Креативний туризм в Африці, Океанії та Україні.	Відповідність правильним відповідям	10
	Відповідь на семінарських заняттях	Африка у світових координатах креативного туризму. 4 Океанія та острівна соціальність: особливості маркетингу та тенденції розвитку туристичного потенціалу. Туристичний потенціал України та Запорізького регіону.	Цей вид роботи дає можливість отримати від 1 до 3 балів за кожну пару: - 3 бала ставиться за повну змістовну відповідь студента без опори на конспект, коли студент відповідає на всі додаткові питання за темою виступу; - 2 бали ставиться, коли відповідь студента неповна, але студент володіє матеріалом, опора на конспект незначна, на додаткові питання відповідає частково; - 1 бал ставиться за неповну відповідь з опорою на конспект, на додаткові питання студент відповідає частково і за доповнення з місця студент отримує також 1 бал за кожне доречне доповнення.	10
Усього за ЗМ 4 контр. заходів	4			20
Усього за змістовні модулі	12			60

Підсумкове тестування (екзамен) (max 40 балів) – проводиться у форматі тестування в системі Moodle по закінченні вивчення курсу з метою оцінювання результатів засвоєння студентами змісту навчальної дисципліни.. Підсумкове тестування складається з 40 питань (max 1 бал за кожне питання).

№ п/п	Проведення заходів	Кількість заходів протягом вивчення дисципліни	За 1 захід	Максимальна кількість балів

Поточний контроль				
	Тестування	8	5	40
	Робота на семінарах	4	5	20
				Всього: 60
Підсумковий контроль				
	Екзамен. Тестування в системі електронного забезпечення навчання ЗНУ Moodle (перевірка рівня засвоєння теоретичних положень - відповіді на питання, пояснення термінів та дефініцій). Це завдання складається з 40 питань, кожна правильна відповідь оцінюється 1 балом). Максимально за цей вид роботи студенти можуть набрати до 40 балів (1 бал X 40 питань = 40 балів).	Питання по розділах: 1.Філософія креативного туризму: сутність, атрибути, тенденції розвитку. 2.Види туризму, їх креативний потенціал та туropolерейтинг 3.Дослідження моделей організації креативного туризму: східний, європейський та американський досвід 4.Креативний туризм в Африці, Океанії та Україні.	40	Всього: 40
Усього за курс: 100				

1. Під час тестування в системі електронного забезпечення навчання ЗНУ Moodle студенти можуть набрати до 5 балів за кожний тест (це завдання складається з 5 питань, кожна правильна відповідь оцінюється 1 балом). Максимально за цей вид роботи студенти можуть набрати до 40 балів (5 балів X 8 тестів = 40 балів).
2. Під час проведення семінарських занять студенти можуть набрати до 20 балів. Під час кожного семінарського заняття проводиться усне опитування студентів, яке складається з доповіді та доповнень до доповіді. Цей вид роботи дає можливість отримати від 1 до 3 балів за кожну пару:
 - 3 бала ставиться за повну змістовну відповідь студента без опори на конспект, коли студент відповідає на всі додаткові питання за темою виступу;

- 2 бали ставиться за повну змістовну відповідь, коли студент постійно спирається на конспект, відповідає не на всі додаткові питання за змістом виступу;

- 2 бали ставиться, коли відповідь студента неповна, але студент володіє матеріалом, опора на конспект незначна, на додаткові питання відповідає частково;

- 1 бал ставиться за неповну відповідь з опорою на конспект, на додаткові питання студент відповідає частково і за доповнення з місця студент отримує 1 бал за кожне доречне доповнення.

Максимально студент може виступити 4 рази та набрати 20 балів (5 балів X 4 заходи = 20 балів).

3. Підсумковий контроль - екзамен- проводиться у форматі виконання тестових завдань в системі Moodle, під час якого студенти можуть набрати до 40 балів за підсумковий тест (це завдання складається з 40 питань, кожна правильна відповідь оцінюється 1 балом). Максимально за цей вид роботи студенти можуть набрати до 40 балів (1 бал X 40 питань = 40 балів).

Отже, за весь курс студент може отримати до 100 балів.

9. Рекомендована література

Основна:

1. Вовчанська О. М., Іванова Л. О. Сучасні реалії розвитку світового ринку пригодницького туризму. The 4th International scientific and practical conference "Dynamics of the development of world science" (December 18-20, 2019). Perfect Publishing, Vancouver, Canada. 2019. P.129-138.
2. Збарський В.К., Грибова Д.В. Особливості еволюційного розвитку туристичної галузі. Агросвіт.2020. № 2. С. 18-22.
3. Конох А. П. Основні дефініції туризму в історичному розвитку // Педагогічний процес: теорія і практика. Зб. наук. пр. Київ: ПП "ЕКМО", 2004. С. 92-105.
4. Конох А. П. Туризм. Навчальний посібник. Запоріжжя: ЗНУ, 2015. 134 с.
5. Кривега Л.Д., Сухарева К.В. Світовий туризм: філософія змін //Культурологічний вісник. Науково-теоретичний щорічник Нижньої Наддніпровщини. Випуск 41. Том 1. Запоріжжя, 2020. С.86-91.
6. Мальська М. П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: [навч.посібник]. Київ: ЦУЛ, 2014. 272 с.
7. Менеджмент туристичної індустрії: Навч. посібник для студ. вищих навч. закл. / [Ред. Ігор Миколайович Школа]. Чернівці : Книги-XXI, 2015. 596 с.
8. Міжнародний туризм: методика і матеріали статистичних досліджень / [Уклад. О. Д. Король, Т. Д. Скутар] // Чернівецький національний ун-т ім. Юрія Федьковича. Чернівці : Рута, 2012. 64 с.
9. Петрушенко В.Л. Філософія: Курс лекцій: Навчальний посібник для студентів вищих закладів освіти III-IV рівнів акредитації. 3-тє видання, перероб. і доповн. Львів: «Магнолія плюс»; видавець СПД ФО В.М. Піча, 2015. 506 с.
10. Причепій Є.М., Черній А.М., Чекаль Л.А. Філософія: Підручник. Київ : Академвидав, 2013. 592 с. (Серія "Альма-матер").
11. Філософія: навч. посіб. / [Л. В. Губерський та ін.] ; за ред. д-ра філос. наук, проф. І. Ф. Надольного. 8-е вид., стер. Київ: Вікар, 2015. 456 с. (Серія "Вища освіта XXI століття").
12. Tourism: Principles, Practices, Philosophies 12th Edition by Charles R. Goeldner (Author), J. R. Brent Ritchie (Author). Wiley; 2011. 312 p.

Додаткова:

1. Грабовський Ю. А., Скалій О.В., Скалій Т.В. Спортивний туризм: навч. Посібник. Київ: Навчальна книга - Богдан, 2012. 304с
2. Дубенюк Я. А. Міжнародний туризм і світовий ринок туристичних послуг: сутність, суб'єкти, основні різновиди // *Проблеми розвитку внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект*: Сб. науч. тр. Донецк: ДонНУ, 2006. Ч. II. С. 817-821.
3. Дубенюк Я. А. Регіональні особливості розвитку міжнародного туризму // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. 2007. № 5. С. 63-67.
4. Кривега Л.Д., Сухарева Е.В. Мировой туризм: Тенденции развития. *Гілея: науковий вісник. Збірник наукових праць* / Гол. ред. В. М. Вашкевич. Київ: «Видавництво «Гілея», 2015. Вип. 98. С.283-285.
5. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич / Львівський національний ун-т ім. Івана Франка. Факультет міжнародних відносин. Географічний факультет. Київ: Знання, 2008. 661с.
6. Сухарева К.В. Туризм як спосіб подолання людиною граничності повсякденного буття: автореф. дис. канд.філос.наук; 09.00.03 - соціальна філософія та філософія історії; Запорізький національний університет. Запоріжжя, 2010. 19 с.

Інформаційні ресурси:

1. Всесвітня Туристична Організація. Факти. URL : http://www.unwto.org/index_r.php.
2. World Tourism Organization. URL: <http://www.unwto.org>.
3. Tourism 2021 Vision. Vol.7.Forecast and Profiles of Market. Madrid: UNWTO, 2021. 139 p.
4. Осауленко А. П. Этапы развития туризма как социального института URL: http://www.mental.ru/org_psy/theory/cycle/.
5. Бібліотека "Золота філософія" URL: <http://philosophy.allru.net>
6. Електронна бібліотека з філософії URL: <http://filosof.historic.ru>
7. Електронна гуманітарна бібліотека URL: <http://www.gumfak.ru/>
8. Портал «Філософія online» - <http://phenomen.ru>