

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ, ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ ТА  
ЕКОНОМІКИ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ



**МЕНЕДЖМЕНТ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ**  
**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

підготовки бакалаврів  
денної (очної) та заочної (дистанційної) форм здобуття освіти  
спеціальності 051 «Економіка»  
освітньо-професійна програма «Міжнародна економіка»

**Укладач** Слободяник І.М., ст.викладач кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму

Обговорено та ухвалено  
на засіданні кафедри міжнародної  
економіки, природних ресурсів та економіки  
міжнародного туризму

Ухвалено науково-методичною радою  
економічного факультету

Протокол № 1 від “29” серпня 2022 р.


Протокол № 1 від “29” серпня 2022 р.  
Завідувач кафедри міжнародної економіки,  
природних ресурсів та економіки  
міжнародного туризму

Голова науково-методичної ради  
економічного факультету

  
Д.І. Бабміндра

  
І.І. Колобердянко

Погоджено  
з навчально-методичним відділом

  
О.В. Мищенко  
(ініціали, прізвище)

2022 рік

## 1. Опис навчальної дисципліни

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 05 – Соціальні та поведінкові науки	Кількість кредитів – 4	<b>Вибіркова</b>	
		<b>Цикл професійної підготовки</b>	
Спеціальність 051 Економіка	Загальна кількість годин – 120	<b>Семестр:</b>	
		8 -й	
Освітньо-професійна програма Міжнародна економіка	Змістових модулів –6	<b>Лекції</b>	
		32 год.	
Рівень вищої освіти: бакалаврський	Кількість поточних контрольних заходів – 12	<b>Практичні</b>	
		16 год.	
		<b>Самостійна робота</b>	
		72 год.	
		<b>Вид підсумкового семестрового контролю: екзамен</b>	

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Метою** викладання навчальної дисципліни «Менеджмент міжнародного туризму» є формування у студентів системи теоретичних знань та набуття практичних навичок для здійснення управлінської діяльності в туристичній індустрії.:

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Менеджмент міжнародного туризму» є:

– вивчення науково-методологічних підходів і теоретичних засад розробки та впровадження комплексу менеджменту;

– визначення підходів до аналізу і вибору туристських ринків; набуття практичних навичок із виявлення, формування і задоволення потреб споживачів регіональних та міжнародних ринків;

– формування стратегії просування туристичного продукту/підприємства на зовнішньому ринку;

– оцінка та формування управлінських навичок та впровадження комплексу менеджменту;

Відповідно до освітньо-професійної програми «Міжнародна економіка» у результаті вивчення дисципліни студент повинен набути таких результатів і компетентностей:

Заплановані робочою програмою результати навчання та компетентності	Методи і контрольні заходи
<b>1</b>	<b>2</b>
<b>ІК</b> Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в економічній сфері, які	<i>Репродуктивні методи</i> (лекція, пояснення, бесіда).

характеризуються комплексністю та невизначеністю умов, що передбачає застосування теорій та методів економічної науки.

**ЗК-08.** Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел

**ЗК-09.** Здатність до адаптації та дій в новій ситуації.

**СК10** Здатність використовувати сучасні джерела економічної, соціальної, управлінської, облікової інформації для складання службових документів та аналітичних звітів.

**СК 12.** Здатність самостійно виявляти проблеми економічного характеру при аналізі конкретних ситуацій, пропонувати способи їх вирішення.

**СК 13.** Здатність проводити економічний аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання, оцінку їх конкурентоспроможності

**СК-17.** Здатність до аналітичної роботи щодо напрямів розвитку форм міжнародної економічної діяльності, прогнозування змін кон'юнктури галузевих ринків та укладання зовнішньоторговельних угод в умовах сталого розвитку економіки.

**СК-18.** Здатність розробляти та реалізовувати міжнародні стратегії, бізнес та грантові проекти для суб'єктів господарювання в умовах сталого розвитку економіки

**ПРН13.** Ідентифікувати джерела та розуміти методологію визначення і методи отримання соціально- економічних даних, збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та соціальні показники.

**ПРН15** Демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні.

**ПРН 16.** Вміти використовувати дані, надавати аргументацію, критично оцінювати логіку та формувати висновки з наукових та аналітичних текстів з економіки

**ПРН-22** Демонструвати гнучкість та адаптивність у нових ситуаціях, у роботі із новими об'єктами та у невизначених умовах.

**ПРН-27** Вміти виконувати аналітичну роботу щодо напрямів розвитку форм міжнародної економічної діяльності, прогнозувати зміни кон'юнктури галузевих ринків та організувати функціональне забезпечення зовнішньоторговельних угод в умовах сталого розвитку економіки.

**ПРН-28** Вміти розробляти та реалізовувати міжнародні стратегії, бізнес та грантові проекти для суб'єктів господарювання, працювати в проектних групах, мотивувати людей і рухатися до спільної мети в умовах сталого розвитку економіки.

*Наочні методи* (демонстрації та ілюстрації: схеми, графіки).

*Метод проблемного викладу* (постановка проблем і розкриття доказового шляху їхнього вирішення, проблемні-лекції).

*Дискусійні методи* (лекція-дискусія; семінар-дискусія, дебати).

*Практичні методи* (виконання вправ, розв'язування задач, кейс-метод; ділові та рольові ігри; робота з аналітикою та статистичним матеріалом, використання інтерактивної дошки Padlet).

*Науково-дослідний* (частково пошуковий) метод.

*Самостійна робота.*

*Контрольні заходи:* усне та письмове опитування, самостійна робота, практичні роботи та розв'язання задач, тестова перевірка, ситуаційні завдання, виступи студентів.

*Поточний контроль* проводиться у формі усного опитування або письмового контролю на практичних заняттях, виступів студентів при обговоренні питань на практичних заняттях, а також у формі комп'ютерного тестування.

*Підсумковий контроль*, тобто залік, за допомогою тестування (через систему Moodle).

**Міждисциплінарні зв'язки.** Курс «Менеджмент міжнародного туризму» має міждисциплінарний характер та інтегрує в собі знання з багатьох економічних дисциплін.

Відповідно до структурно-логічної схеми курс пов'язаний з дисциплінами «Менеджмент», «Міжнародний менеджмент», «Міжнародна економіка» та ін

### 3. Програма навчальної дисципліни

**Змістовий модуль 1.** Менеджмент туризму: сутність, основні підходи..

*Тема 1. Сутність і основні підходи в менеджменті.*

Туризм як галузь діяльності. Туристичний ринок. Особливості туристичного менеджменту. Основні функції туристичного менеджменту.. Класифікація менеджменту. Сучасні тенденції в туристичній сфері.

*Тема 2. Суб'єкт та об'єкт управління, їх характеристика, взаємозв'язок і взаємодія.*

Суб'єкти та об'єкти менеджменту.. Підходи до класифікації туризму.

*Тема 3. Формування і розвиток науки про управління. Еволюція шкіл менеджменту.*

Принципи, рівні, цілі, завдання менеджменту. Принципи наукового управління Ф.Тейлора. Принципи адміністративного управління А.Файоля. 12 принципів продуктивності Гаррінгтона Емерсона. Еволюції шкіл управління.

**Змістовий модуль 2.** Процес і методи управління організацією.

*Тема 4. Види управлінської діяльності, функції менеджменту..*

Поняття і функції менеджменту. Класифікація функцій менеджменту.

*Тема 5. Сутність і класифікація методів менеджменту.*

Економічні методи управління. Соціальні методи управління. Організаційно -розпорядчі методи управління.

**Змістовий модуль 3.** Управління персоналом підприємств туристської індустрії.

*Тема 6. Система управління трудовими ресурсами.*

Ефективність управління персоналом. Управління плануванням, найманням і звільненням персоналу..

**Змістовий модуль 4.** Туризм як об'єкт управління.

*Тема 7. Ринок туристських послуг, характеристика і учасники.*

Сб'єкти туристського ринку. Вивчення можливих партнерів. Способи підтримки і стимулювання діяльності партнерів по збуту. Ефективність управління персоналом

*Тема 8. Система і структура управління туризмом.*

Особливості управління збутом туристського продукту.

**Змістовий модуль 5.** Мотивація як функція менеджменту в туризмі.

*Тема 9. Теорії мотивації персоналу.*

Змістовні теорії мотивації. Процесійні теорії мотивації. Розробка системи мотивації персоналу.

*Тема 10. Менеджмент мотивації персоналу підприємств готельно-ресторанного господарства*

Методи і інструменти мотивації.

**Змістовий модуль 6.** Контроль як функція менеджменту.

*Тема 11. Зміст, види, принципи та процес здійснення контролю на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу.*

Алгоритм контролю.. Сутність процесу контролю.. Основні напрямки контролю та форми продажу туристського продукту.

### 4. Структура навчальної дисципліни

Змістовий модуль	Усь о-го годин	Аудиторні (контактні) години			Самостійна робота, год	Система накопичення балів		
		Усьо-го годин	Лекційні заняття, год	Практичні заняття, год		Теор. зав-ня, к-ть балів	Практ. зав-ня, к-ть балів	Усього балів
		о/д ф	о/д ф	о/д ф.		о/д ф.		
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>

1	15	9	6	3	9	3	6	9
2	15	9	6	3	6	3	6	9
3	15	6	4	2	7	10	2	12
4	15	9	6	3	8	3	6	9
5	15	9	6	3	5	3	6	9
6	15	6	4	2	7	10	2	12
Усього за змістові модулі	90	48	32	16	42	32	28	60
Підсумковий семестровий контроль екзамен	30				30	20	20	40
Загалом	<b>120</b>					<b>100</b>		

### 5. Теми лекційних занять

№ змістового модуля	Назва теми	Кількість
		о/д ф.
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
1	Сутність і основні підходи в менеджменті	2
	Суб'єкт та об'єкт управління, їх характеристика, взаємозв'язок і взаємодія	2
	Формування і розвиток науки про управління. Еволюція шкіл менеджменту	2
2	Види управлінської діяльності, функції менеджменту	2
	. Сутність і класифікація методів менеджменту	4
3	Система управління трудовими ресурсами	4
4	Ринок туристських послуг, характеристика і учасники	4
	Система і структура управління туризмом.	2
5	Теорії мотивації персоналу	2
	Менеджмент мотивації персоналу підприємств готельно-ресторанного господарства	4
6	Зміст, види, принципи та процес здійснення контролю на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу	4
Разом		32

### 6. Теми практичних занять

№ змістового модуля	Назва теми	Кількість
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
1	Сутність і основні підходи в менеджменті	1
	Суб'єкт та об'єкт управління, їх характеристика, взаємозв'язок і взаємодія	1
	Формування і розвиток науки про управління. Еволюція шкіл менеджменту	1
2	Види управлінської діяльності, функції менеджменту.	1
	. Сутність і класифікація методів менеджменту	2
3	Система управління трудовими ресурсами	2
4	Ринок туристських послуг, характеристика і учасники	2
	Система і структура управління туризмом.	1
5	Теорії мотивації персоналу	1
	Менеджмент мотивації персоналу підприємств готельно-ресторанного господарства	2
6	Зміст, види, принципи та процес здійснення контролю на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу	2
Разом		16

**7. Види і зміст поточних контрольних заходів \***

№ змістового модуля	Вид поточного контрольного заходу	Зміст поточного контрольного заходу	Критерії оцінювання**	Усього балів
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1	Теоретичне завдання – усне опитування	Питання для підготовки: теоретичні питання з навчального матеріалу за ЗМ 1 (розділ 3 робочої програми).	За кожну тему по 1 балу: 1 бали – відповідь характеризується глибокими, міцними, узагальненими, системними знаннями, повна і послідовна; 0,5 бала – знання неповні, поверхневі. Студент відтворює основний навчальний матеріал, але недостатньо осмислено, не вміє самостійно аналізувати, робити висновки.	<b>3</b>
	Практичне завдання – виконання ситуаційних завдань	Робота в групах (виконання ситуаційних завдань)	За кожну тему по 2 бала: Система накопичення балів за роботу в групах: 1 бал - вміння чітко, логічно та повно викладати основні положення, аргументовано відстоювати точку зору, 1 бал – аргументованість, оригінальність пропонованих рішень	<b>6</b>
<b>Усього за ЗМ 1 контр. заходів</b>	<b>2</b>			<b>9</b>
2	Теоретичне завдання – усне опитування	Питання для підготовки: теоретичні питання з навчального матеріалу за ЗМ 2 (розділ 3 робочої програми).	За кожну тему по 1 балу: 1 бал – відповідь характеризується глибокими, міцними, узагальненими, системними знаннями, повна і послідовна; 0,5 бала – знання неповні, поверхневі. Студент відтворює основний навчальний матеріал, але недостатньо осмислено, не вміє самостійно аналізувати, робити висновки.	<b>3</b>
	Практичне завдання – виконання ситуаційних завдань	Робота в групах (виконання ситуаційних завдань за темами)	За кожну тему по 2 бала: Система накопичення балів за роботу в групах: 1 бал - вміння чітко, логічно та повно викладати основні положення, аргументовано відстоювати точку зору, 1 бал – аргументованість, оригінальність пропонованих рішень.	<b>6</b>
<b>Усього за ЗМ 2 контр. заходів</b>	<b>2</b>	...	...	<b>9</b>
3	Практичне завдання - підготовка доповіді з презентацією на практичне заняття	Вимоги до виконання та оформлення: Підготувати доповідь з презентацією на тему 4,5.	Критерії оцінювання презентації: 2 бали – презентація точно відповідає темі, містить важливу інформацію, має чітку, логічно вибудовану структуру; 1,5 бали – загалом презентація відповідає темі і є досить інформативною, проте естетичний вигляд дещо псує	<b>2</b>

			недостатньо чітка структура розміщення інформації. 1 бал – містить близький за тематикою матеріал, але не несе важливої інформативної функції, відсутня чітка структура розміщення інформації, недоречна графіка оформлення.	
	Тестування Атестація 1	Тестування за ЗМ 1-3 проводиться в СЕЗН ЗНУ.	Тестове завдання складається з 20 тестових питань. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 0,5 бала.	<b>10</b>
<b>Усього за ЗМ 3 контр. заходів</b>	<b>2</b>			<b>12</b>
<b>4</b>	Теоретичне завдання – усне опитування	Питання для підготовки: теоретичні питання з навчального матеріалу за ЗМ 4 (розділ 3 робочої програми).	За кожную тему по 1 балу: 1 бал – відповідь характеризується глибокими, міцними, узагальненими, системними знаннями, повна і послідовна; 0,5 бала – знання неповні, поверхневі. Студент відтворює основний навчальний матеріал, але недостатньо осмислено, не вміє самостійно аналізувати, робити висновки.	<b>3</b>
	Практичне завдання – виконання ситуаційних завдань	Робота в групах (виконання ситуаційних завдань за темами )	За кожную тему по 2 бала: Система накопичення балів за роботу в групах: 1 бал - вміння чітко, логічно та повно викладати основні положення, аргументовано відстоювати точку зору, 1 бал – аргументованість, оригінальність пропонованих рішень.	<b>6</b>
<b>Усього за ЗМ 4 контр. заходів</b>	<b>2</b>			<b>9</b>
<b>5</b>	Теоретичне завдання – усне опитування	Питання для підготовки: теоретичні питання з навчального матеріалу за ЗМ 5 (розділ 3 робочої програми).	За кожную тему по 1 балу: 1 бал – відповідь характеризується глибокими, міцними, узагальненими, системними знаннями, повна і послідовна; 0,5 бала – знання неповні, поверхневі. Студент відтворює основний навчальний матеріал, але недостатньо осмислено, не вміє самостійно аналізувати, робити висновки.	<b>3</b>
	Практичне завдання – виконання ситуаційних завдань	Робота в групах (виконання ситуаційних завдань за темами)	За кожную тему по 2 бала: Система накопичення балів за роботу в групах: 1 бал - вміння чітко, логічно та повно викладати основні положення, аргументовано відстоювати точку зору, 1 бал – аргументованість, оригінальність пропонованих рішень.	<b>6</b>
<b>Усього за ЗМ 5</b>	<b>2</b>			<b>9</b>



<b>контр. заходів</b>				
<b>6</b>	Практичне завдання – виконання ситуаційних завдань	Робота в групах (виконання ситуаційних завдань)	Система накопичення балів за роботу в групах: 1 бал - вміння чітко, логічно та повно викладати основні положення, аргументовано відстоювати точку зору, 1 бал – аргументованість, оригінальність пропонованих рішень.	<b>2</b>
	Тестування Атестація 2	Тестування за ЗМ 4-6 проводиться в СЕЗН ЗНУ.	Тестове завдання складається з 20 тестових питань. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 0,5 бала.	<b>10</b>
<b>Усього за ЗМ 6 контр. заходів</b>	<b>2</b>			<b>12</b>
<b>Усього за змістові модулі контр. заходів</b>	<b>12</b>			<b>60</b>

### 8. Підсумковий семестровий контроль

Форма	Види підсумкових контрольних заходів	Зміст підсумкового контрольного заходу	Критерії оцінювання	Усього балів
1	2	3	4	5
<b>Залік</b>	Індивідуальне навчально-дослідне завдання	Виконання індивідуального навчально-дослідного завдання із заданої теми, презентаційний (графічний, наочний) матеріал, знання дослідженого матеріалу та здатність самостійно проаналізувати та ґрунтовно охарактеризувати матеріал дослідження.	Індивідуальне завдання – максимально 20 балів.	<b>20</b>
	Залікова контрольна робота	Залікова контрольна робота проходить у тестовій формі з використанням платформи Moodle	Залікова робота містить 20 тестових завдань, кожне з яких оцінюється в 1 бал.	<b>20</b>
Усього за підсумковий семестровий контроль				<b>40</b>

## 9. Рекомендована література

### Основна:

1. Летуновська Н. Є., Люльов О. В. Маркетинг у туризмі : підручник. Суми : Сумський державний університет, 2020. 270 с.
2. Міжнародний маркетинг : підручник / за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 448 с
3. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / Т. В. Князева, Ю. П. Колбушкін, С. В. Петровська та ін. Київ : НАУ, 2019. 164 с
4. Міжнародний маркетинг: підручник /за ред. О. І. Бабічевої. Київ : Гельветика, 2018. 451 с.
5. Сущенко О. А. Маркетингові комунікації в туристичній діяльності : навчальний посібник Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. 218 с.
6. Шталь Т. В. Міжнародний маркетинг : навчальний посібник / Т. В. Шталь, І. Е. Астахова, В.О. Козуб. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 275 с.

### Додаткова:

1. Мальська М. П., Мандюк Н. Л. Основи маркетингу у туризмі підручник. Київ: «Центр учбової літератури», 2016. 336 с.
2. Дугієнко Н. О., Бондаренко А. Роль маркетингової діяльності фірми під COVID-19. Економіка сьогодення: актуальні питання та інноваційні аспекти: збірник матеріалів IV Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 28 листопада 2020 року) Запоріжжя: ГО «СІЕУ», 2020. С. 112-114.
3. Дугієнко Н. О., Гуцман А. Фактори впливу на міжнародну маркетингову діяльність підприємців України. Збірник матеріалів XV Міжнародна науково-практична конференція «Виклики та перспективи розвитку нової економіки на світовому, державному та регіональному рівнях» Запоріжжя: Видавництво ЗНУ, 2020. С. 25-27.
4. Дугієнко Н. О., Бондаренко А. Вплив пандемії COVID-19 на міжнародний туризм. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2020. № 3(26). С. 3-8. URL: <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/index.php/vipusk-26-2020>.
5. Дугієнко Н. О., Дугієнко О. Е. Розвиток туристичної галузі в Україні: крок до економічної інтеграції. I Міжнародна науково-практична конференція «Проблеми та перспективи впровадження європейського досвіду диверсифікації сільського туризму в Україні на засадах креативності та збалансованості» Запоріжжя: Видавництво: ЗНУ, 2021. С. 20-22.
6. Daniel W. Vaack, Barbara Czarnicka, Donald Vaack. International Marketing. SAGE, 2018. 672 p.
7. Sak Onkvisit, John J. Shaw. International Marketing: Strategy and Theory. Routledge, 2009. 710 p.
8. Kotler P. Marketing for Hospitality and Tourism / Philip T. Kotler, John R. Bowen, James Makens 6th edition. - Pearson Education, 2013. 683 p.
9. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг) : монографія / А.А. Мазаракі, Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2013. 388 с.

### Інформаційні джерела:

1. Маркетинг в Україні. Науковий журнал Української асоціації URL: <http://uam.in.ua/ukr/projects/marketing-in-ua/arhive.php>
2. Українська асоціація маркетингу (оіційний сайт). URL: <http://uam.in.ua/ukr/>
3. Діденко Н.І Міжнародний маркетинг. URL: [https://stud.com.ua/47654/marketing/mizhнародniy\\_marketing](https://stud.com.ua/47654/marketing/mizhнародniy_marketing)