

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка
Факультет географічний
Кафедра туризму

Затверджено
На засіданні кафедри туризму
Географічного факультету
Львівського національного університету
імені Івана Франка
(протокол № 9 від 04. 01. 2024 р.)

Завідувач кафедри _____

Силабус з навчальної дисципліни
«Туризм як суспільно-економічний феномен»

Дисципліна вільного вибору студента
(загальноуніверситетський вибір)
На 2024-2025 н.р.

Львів 2024 р.

**Силабус курсу «Туризм як суспільно-економічний феномен»
2023-2024 навчального року**

Назва курсу	Туризм як суспільно-економічний феномен
Адреса викладання курсу	м. Львів, вул. Дорошенка, 41
Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна	Географічний факультет, кафедра туризму
Галузь знань, шифр та назва спеціальності	Дисципліна вільного вибору студента (загальноуніверситетський вибір)
Викладачі курсу	Романів Павло Володимирович, кандидат географічних наук, доцент
Контактна інформація викладачів	rpavlo2007@ukr.net , http://geography.lnu.edu.ua/employee/romaniv-pavlo-volodymyrovych
Консультації по курсу відбуваються	Консультації в день проведення лекцій/практичних занять (за попередньою домовленістю). Також можливі он-лайн консультації через електронну пошту, Teams, Viber. Для погодження часу он-лайн консультацій слід писати на електронну пошту викладача або дзвонити.
Сторінка курсу	http://geography.lnu.edu.ua/
Інформація про курс	У навчальній дисципліні розкривається образ туризму як явища і з'ясовуються його сутнісні характеристики. Дисципліна Туризм як суспільно-економічний феномен призначена для формування у студентів різних факультетів та спеціальностей розуміння феномену туризму як суспільного явища, частини економічної системи різних таксономічних рангів, виду та форми життєдіяльності людей, розуміння поведінковості (біжейвіоризму) засобами подорожей масового та організованого характеру, формування підходів до проведення та заповнення вільного часу людини, сім'ї.
Коротка анотація курсу	Дисципліна покликана простежувати функції туризму що мають суспільну колективну та індивідуальну значущість – від економічної до дидактичної. Практичні роботи, що пропонуються студентам дозволять досягти формування певних спеціальних компетентностей: аналізувати дані, формувати розуміння аналізу та результатів на мікро та макроекономічні показники, алгоритмізувати розробку інноваційних туристичних продуктів, визначати місце туризму у розвиткові територіальних громад тощо. <i>Семестр викладання: 4 семестр</i> <i>Обсяг дисципліни: 3 кредити ЄКТС (90 год):</i> аудиторні години – 32 (лекції – 16, практичні – 16, самостійна робота – 58)
Мета та цілі курсу	Метою вивчення дисципліни «Туризм як суспільно-економічний феномен» є оволодіння системою знань у сфері туризму, вивчення та оперування понятійно-термінологічним апаратом туризмології, туризмознавства. Завдання: -окреслення суті туризму як виду діяльності, туризмознавства як накопиченої системи знань про туризм як багатогранне явище, туризмології як галузі знань; - вивчення умов та чинників, ресурсів розвитку туризму в Україні поствоєнний період та світі; - характеристика технологічних аспектів туристичної діяльності задля оволодіння сучасними підходами та інструментами для їхнього вирішення.
Література для вивчення дисципліни	Основна література: 1. Любіцева О.О. Туризмознавство: вступ до фаху: підручник / О.О.

- Любіцева, В.К. Бабарицька. - К.: Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2008. - 335 с. 2. *Мальська М.П.* Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник / Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. // - К.: Знання, 2008. - 661 с.
3. *Мальська М.П., Худо В.В.* Туристичний бізнес: теорія та практика. Навч. пос. /Мальська М.П., Худо В.В. - К.: Центр учбової літератури, 2007. - 424 с.
4. *Мальська М.П.* Основи туристичного бізнесу: Навч. посібник / Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. // - Львів.: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. - 360 с.
5. *П. Романів.* Основи туризму: Навчально-методичні матеріали / П. В. Романів, І. З. Жук // Львів: Вид. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2013. - 65 с.
6. Sustainable Tourism Supply Chain Management: Influences, Drivers, Strategies, and Performance'April 2019. Publisher: Springer Nature Switzerland AG,Switzerland.ISBN: 10 303020993.
7. **Counting the Cost of COVID-19 on the Global Tourism Industry (2020).** / Godwell Nhamo, Kaitano Dube, David Chikodzi. - Springer International Publishing. DOI 10.1007/978-3-030-56231-1. eBook ISBN 978-3-030-56231-1.
8. Мальська М. П. Світовий досвід розвитку туризму : підручник / М. П. Мальська, Н. М. Паньків, А. Б. Ховалко. - К. : Центр учбової літератури , 2017. - 244 с.
9. Феномен туризму: розмаїття сенсів : монографія ; за ред. О. О. Красноручького, Н. І. Моїсєєвої. - Харків : Видавництво «Стильна типографія», 2019. - 252 с.
10. Tourism: A Modern Synthesis / By Stephen J. Page, Joanne Connell. - Edition 5th Edition, First Published, London: Imprint Routledge, 2020, 656 p.

Додаткова література:

1. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 р. № 325/95-ВР.
2. Закон України „Про місцеве самоврядування в Україні” від 21.05.1997 № 280/97-ВР.
3. *Богорад О.Д., Тевелєв І.О.М., Падалка В.М., Підмогильний М.В.* Регіональна економіка. Словник-довідник. К., 2004. - 346 с.
4. *Боруцак М.* Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів. Монографія. - Львів: ІРД НАН України, 2006. - 288 с.
5. *Винниченко І.І.* Середовище турбізнесу. Навч. посібник. - К.: Академперіодика, 2006. - 220 с.
6. *Любіцева О.О.* Ринок туристичних послуг. К.: Альтерпрес, 2002. - 436 с.
7. Регіональна політика: методологія, методи, практика / Відповід. ред. Академік НАН України *М.І. Долішній.* - Львів: ІРД НАН України, 2001. - 700 с.
8. Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні. Оновлення до документу «Дорожня карта конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні» [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf>
9. Щодо розвитку внутрішнього туризму в Україні [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-06/vnutrishniy-turyzm-v-ukraini.pdf>.
10. МОСКВЯК Я. Є. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В КАРПАТСЬКОМУ

	<p>РЕГІОНИ УКРАЇНИ / Вісник Хмельницького національного університету 2022, № 2, Том 1. С. 184-188.</p> <p>Інформаційні ресурси: AMFORTH (<i>AMFORTH World Association for Hospitality and Tourism Education and Training</i> - Всесвітня Асоціація освіти і підготовки в галузі гостинності та туризму – https://amforht.groupment.com/platform/welcome/ UNWTO – Всесвітня туристична організація – https://www.unwto.org/ BTL Україна – https://btl-company.com/uk/ (лідер у сфері MICE) Що таке солідарний туризм і як розвивають галузь під час війни. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/3720542-so-take-solidarnij-turizm-i-ak-rozvivaut-galuz-pid-cas-vijni.html.</p>
Тривалість курсу	90 год.
Обсяг курсу	3 кредити ЄКТС (90 год): аудиторні години – 32 (лекції – 16, практичні – 16, самостійна робота – 58)
Очікувані результати навчання	<p>Після завершення цього курсу студент буде :</p> <p>Знати головні умови та чинники розвитку туризму, головні терміни та визначення менеджменту та маркетингу туризму, історію світового та українського туризму, головні аспекти технології туристичної діяльності.</p> <p>Вміти оперувати понятійно-термінологічним апаратом туризмології, туризмознавства, аналізувати систему туристичного господарювання в межах туристичних дестинацій за умов війни, невизначеності, враховуючи закордонний досвід.</p> <p>Поняття туризму розглядається на основі критеріїв: етимологічного, діяльності, економічного, рекреаційного, культурологічного, антропологічного та суспільного. У суспільному відношенні туризм вирішує питання зайнятості, розвитку соціальної інфраструктури, населених пунктів. У економічному аспекті туризм розглядається як сфера господарської діяльності, як важливий чинник економічного, соціального розвитку та геопросторового планування територій. Розглядаються новітні тренди у туризмі, пов'язані з глобалізацією, інформатизацією та інноваційними підходами в організації туризму. Аналізується вплив пандемії COVID-19 на сучасний стан індустрії гостинності і туризму та заходи з подолання кризових явищ. Також, на жаль, невід'ємним компонентом сучасного життя є війна росії проти України. Відтак, варто розглядати розвиток туризму у поствоєнний період, період після нашої перемоги. Курс направлений на забезпечення загальних компетенцій про соціально-економічний розвиток туризму та формування знань про базові навики діяльності менеджера туристичного і готельного бізнесу, фахівців туристичного супроводу, у тому числі і гідів.</p>
Ключові слова	Туризм, туризмознавство, туризмологія, туристичні ресурси, дестинація, туристичний продукт, феномен.
Формат курсу	Очний
	Проведення лекцій, практичних робіт та консультації, організації самостійної роботи студентів для кращого розуміння тем
Теми	Подається у формі СХЕМИ КУРСУ**
Підсумковий	залік

контроль, форма	
Пререквізити	Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з географії, історії, основ економічних знань, шкільних дисциплін, достатніх для сприйняття категоріального апарату туризму, туризмознавства, організації, ресурсознавства, туристичного районування та регіоналізації, розуміння джерел та екологічних, соціальних, комерційних наслідків туристичного загосподарювання дестинації.
Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу	Презентація, лекції, колаборативне навчання (форми – групові проекти, спільні розробки, навчальні спільноти і т. д.) проектно-орієнтоване навчання, дискусія. Практичне заняття: тестування, співбесіда, діалог, презентація доповідей, критичний аналіз доповідей та повідомлень колег. Самостійна робота: аналіз конспекту та презентації доповіді, аналіз участі у обговоренні проблемних питань, робота над обговоренням питань, представлених іншими доповідачами (у вигляді додаткових балів).
Необхідне обладнання	Персональні компютери (бажано), мультимедійне обладнання, смартфони, стандартне аудиторне обладнання.
Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності) Шкала оцінювання подана після таблиці	Поточний контроль знань та вмінь студента – 50 балів. Модульний контроль – 30 балів. Самостійна робота – 20 балів Сума – 100 балів. Письмові роботи: Очікується, що студенти виконають декілька видів письмових робіт як результату самостійної роботи (есе, вирішення кейсу). Академічна доброчесність: Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикавання джерел, списування, втручання в роботу інших студентів становлять, але не обмежують, приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману. Відвідання занять є важливою складовою навчання. Очікується, що всі студенти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку студенти зобов'язані дотримуватися усіх строків визначених для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених курсом. Література. Уся література, яку студенти не зможуть знайти самостійно, буде надана викладачем виключно в освітніх цілях без права її передачі третім особам. Студенти заохочуються до використання також й іншої літератури та джерел, яких немає серед рекомендованих. Політика виставлення балів. Враховуються бали, набрані на поточному тестуванні, самостійній роботі та бали підсумкового модульного контролю. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність студента під час практичного заняття; недопустимість пропусків та запізнь на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття в цілях не пов'язаних з навчанням; списування та плагіат; несвоєчасне виконання поставленого завдання і т. ін. Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються.

<p>Питання до заліку чи екзамену. Студенту необхідно опрацювати відповіді на питання для успішного завершення вивчення курсу</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сучасний стан і перспективи розвитку туризму. 2. Туризм як суспільне явище. Функції туризму. 3. Ринок послуг як складова світового ринку. Специфічність послуг, їх основні класифікації. 4. Характерні ознаки туристичного ринку. 5. Ієрархічні рівні геопросторової організації туризму. 6. Індустрія туризму як міжгалузевий комплекс, її місце і роль у господарському комплексі країни. 7. Функціонально-господарська підсистема індустрії туризму. 8. Поняття “гостинність”. Складові гостинності. 9. Класифікація туристичних ресурсів. 10. Сутність і чинники формування національного ринку туристичних послуг. 11. Територіальна організація індустрії туризму, її елементи. 12. Класифікаційні ознаки туристичного ринку. 13. Типологічні ознаки національних туристичних ринків. 14. Методика макрорегіональних досліджень туристичного ринку. 15. Методика дослідження національного туристичного ринку. 16. Оцінка умов і чинників функціонування національного турринку. 17. Комплексний аналіз рівня розвитку національного ринку. 18. Визначення напрямів розвитку турринку, стимулювання ринкової діяльності. 19. Методика геомаркетингового аналізу туристичного підприємства. 20. Класифікація видів реклами в туризмі. 21. Послідовність інформаційного забезпечення маркетингових досліджень. 22. Етапи дослідження ринку. 23. Обґрунтування і вибір маркетингової політики. 24. Оцінка ефективності маркетингової політики туристичного підприємства. 25. Класифікація умов і чинників формування попиту. 26. Структура витрат туриста. 27. Характеристика туристичного попиту. 28. Тип і характерні ознаки поведінки споживачів туристичних послуг. 29. Основні принципи сегментації ринку туристичного попиту. 30. Характеристика основних сегментів ринку попиту. 31. Територіальна диференціація та концентрація туристичного попиту. 32. Генеруючі та реципієнтні ринки. 33. Мотиваційні групи споживачів за ціннісними туристичними пріоритетами. 34. Особливості туристичного освоєння і етапність формування просторової організації туристичного споживання. 35. Зони туристичного споживання. 36. Поняття “тур”. Класифікація турів. 37. Принципи та етапи розробки турів. 38. Класифікація маршрутів. 39. Графоаналітична модель організації маршруту. 40. Розрахунок вартості туру. 41. Основні етапи просування туру на ринок. 42. Життєвий цикл турпродукту. 43. Структура світового ринку послуг. 44. Транснаціональні кампанії в туризмі. 45. Характеристика агентів туристичного ринку. 46. Сутність туроперейтинга. 47. Готельний бізнес як основа сучасної системи гостинності. 48. Динаміка і структура надання послуг розміщення іноземним туристам в Україні. 49. Ринок курортних послуг. Закон України “Про курорти”. 50. Ринок транспортних послуг. 51. Порядок здійснення міжнародної туристичної подорожі. 52. Міжнародні організації та співробітництво у сфері туризму.
---	---

53. Сучасні тенденції світового ринку туристичних послуг.
54. Індустрія туризму України в світовому туристичному процесі.
55. Механізм обігу коштів на ринку турпослуг.
56. Особливості обігу інформації на ринку турпослуг.
57. Маркетинг туристичного ринку.
58. Роль персоналу і система підготовки кадрів у туризмі.
59. Кваліфікаційні вимоги фахівців туристичної галузі.
60. Кон'юнктура як інструмент оцінки стану ринкового середовища.
61. Конкурентоспроможність турпродукту.
62. Оцінка конкурентоспроможності України на субрегіональ-ному ринку.
63. Конкуренвні позиції України на туристичному ринку країн Центральної та Східної Європи.
64. Сутність туристичного споживання.
65. Обсяг і структура туристичного споживання.
66. Етапи витрат туриста.
67. Співвідношення попиту і пропозиції. Правило Вальраса.
68. Основні показники, що характеризують туристичний процес на світовому господарському рівні.
69. Регіональна структура туризму.
70. Провідні туристичні країни світу.
71. Особливості споживання туристичних послуг в Україні.
72. Динаміка, структура і співвідношення міжнародних туристичних потоків України.
73. Динаміка внутрішнього туризму в Україні.
74. Дії загальних законів у туризмі.
75. Туризм як геопросторовий процес, його специфічні ознаки.
76. Місце туризму в народному господарстві.
77. Туризм як соціальне явище.
78. Класифікації в туризмі.
79. Історичні передумови виникнення туризму.
80. Туризм і екскурсії в XVII-XIX століттях та на початку XX століття.
81. Світовий туризм на сучасному етапі.
82. Етапи розвитку туризму в Україні.
83. Туризм в Україні в 70-80-х роках XX століття.
84. Сучасний стан та перспективи розвитку туризму в Україні.
85. Туристичне районування і туристичні ресурси світу та України.
86. Диверсифікація географії подорожей туристичним підприємством (фірмою).
87. Загальна характеристика туристичних підприємств.
88. Умови та принципи діяльності туристичних підприємств (фірм).
89. Формування та виконання програм перебування туристів.
90. Екскурсійне обслуговування туристів.
91. Загальні принципи організації транспортного обслуговування туристів.
92. Туристичні перевезення авіа- та залізничним транспортом, авіа- та залізничні туристичні подорожі.
93. Морські та річкові перевезення та круїзи.
94. Автотранспортне обслуговування туристів та організація подорожей автотранспортом.
95. Туристичні формальності та їх види.
96. Паспортно-візові формальності.
97. Митні формальності.
98. Валютні та медико-санітарні туристичні формальності.
99. Страхування в туризмі.
100. Туристичні документи.
101. Правила оформлення туристичних документів.
102. Безпека туристичних подорожей.
103. Претензійна робота в туризмі.
104. Етапи створення туристичного продукту.
105. Договірні відносини в туристичному бізнесі.

	106. Бронювання туристичного обслуговування. 107. Організація туристичного обслуговування, його контроль, облік та розрахунки. 108. Правила організації та проведення заходів виставкової індустрії. 109. Спеціалізовані види туризму. 110. Організація спортивно-оздоровчого туризму. 111. Особливості організації окремих видів туризму. 112. Суб'єкти господарювання туристичної індустрії. 113. Туризм в умовах пандемії, війни та інших ризиків глобального характеру. 114. Підприємства громадського харчування та готельного господарства як складові індустрії туризму.
Опитування	Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу.

**Шкала оцінювання курсу
«Туризм як суспільно-економічний феномен»**

								Сума поточна	Сума загальна
Змістовий модуль 1 (включаючи самостійну роботу)							M1	50	100
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	30		
6	6	6	6	6	10	10			

T1, T2 ... T12 – теми змістових модулів (занять);

M1 – модульний підсумковий контроль.

За кожен з 7 тем студент може отримати максимум від 6 до 10 балів бали (сума 50 балів), модуль (сума 30 балів), індивідуальне завдання 20 балів, Разом 100 балів.

1. СХЕМА КУРСУ «ТУРИЗМ ЯК СУСПІЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ФЕНОМЕН»

Тиж. / дата / год.-	Тема, план, короткі тези	Форма діяльності (заняття)*	Література.	Завдання, год.
4	<p>Тема 1. Туризм як соціально-економічний феномен і вплив пандемії та війни на його функціонування. Туристична індустрія: глобальний і національний вимір. Головні тенденції соціального і економічного розвитку туризму в останнє десятиріччя. Домінуючі тренди міжнародних і внутрішніх подорожей. Вплив пандемії на міжнародний і національний туризм. Кризові явища в галузі гостинності і туризму. Заходи щодо подолання кризової ситуації у пандеміній і післяпандемічний період.</p> <p>Практична робота 1: Аналіз впливу пандемії та війни на туристичну галузь окремої країни та України та заходи з подолання кризових явищ в гостинності і туризмі.</p>	Лекція / практична	<p>Загальні втрати економіки, понесені в ході війни. Київська школа економіки. URL: https://kse.ua/ua/about-the-school/news/zagalna-suma-pryamih-zadokumentovanih-zbitkiv-infrastrukturi-stanovit-mayzhe-92-mlrd</p> <p>Як виглядає туризм під час війни. URL: https://zaxid.net/stati/tag50974</p> <p>Нова сторінка. Як війна змінить мандрівки Україною після перемоги над ворогом. URL: https://www.rbc.ua/ukr/travel/novaya-stranitsa-voyna-izmenit-puteshestviya-1649942226.html.</p> <p>Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. — К.: Знання, 2008. — 661 с.</p>	Аспекти впливу війни на туристичну галузь України та країн світу
4	<p>Тема 2. Класифікація туризму і типізація туристів як показники різноманітності туризму. Класифікація туризму та її основні критерії. Приклади зарубіжних і національних класифікацій туризму. Види туризму у проекті змін до Закону України «Про туризм».</p>	Лекція / практична	<p>Бордун О. Романів П. Системна класифікація туризмознавства: наукові традиції та сучасні виклики // О. Бордун, П.</p>	Підходи до класифікації туризму у світі та Україні. Практичні засади класифікації

	<p>Типізація туристів та її критерії. Використання типізації туристів у діяльності суб'єктів туристичної діяльності. Поняття профілю туриста.</p> <p>Практична робота 2: Аналіз типізації туристів та складання власного профілю туриста.</p>		<p>Романів / Вісник Львівського університету. Серія географічна. 2019. Випуск 53. С. 59–69. (Фахове видання, Сорєпni cus). Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу: навчальний посібник / М.П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух. - К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 272 с.</p>	
4	<p>Тема 3. Організований і самостійний туризм – переваги і недоліки. Поняття організованого і самостійного туризму. Суб'єкти організованого туризму: туроператори, турагенти, фахівці супроводу. Кадрове забезпечення організованого туризму (менеджери туризму, екскурсоводи, провідники). Переваги і недоліки організованого туризму. Самостійний туризм і його основні риси. Приклади реалізації самостійних подорожей. Переваги і недоліки самостійного туризму. Рекомендації учасникам організованих і самостійних поїздок за різноманітною тематикою.</p> <p>Семінарське заняття 1: Власний досвід участі в організованих і самостійних подорожах: критичний аналіз і рекомендації.</p>	Лекція / практична	<p>Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу: навчальний посібник / М.П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух. - К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 272 с.</p> <p>Основи туроперейтингу: навч. посіб. / В. В. Баєв. — К.: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2016. — 156 с. — Бібліогр.: с. 129.</p> <p><u>Романів П. В. Основи туризму: навчально-методичні матеріали / П. В. Романів, І. З. Жук. – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2013. – 65 с.</u></p>	<p>Позитивні та негативні сторони організованого та самоорганізованого туризму. Масові різновиди туризму. Активний туризм</p>

4	<p>Тема 4. Український туризм: реалії, проблеми і перспективи. Атракційність українського туризму та його основні пропозиції. Туристичний рух: в'їзний, виїзний і внутрішній. Конкурентоспроможність України на міжнародному туристичному ринку. Проблеми українського туризму: оцінка надходжень від туризму, незначні показники в'їзного туризму, відставання в якості послуг та інфраструктурному забезпеченні, недосконалі механізми просування турпродукту на ринку послуг. Кризові явища у вітчизняному туризмі у зв'язку з пандемією. Проблеми кадрового забезпечення туризму і нові тенденції у підготовці кадрів. Перспективи українського туризму: Стратегія розвитку туризму і курортів до 2026 року, рекомендації ЄС і ВТО.</p> <p>Семінарське заняття 2: Підготовка есе на тему «Мої перспективи в галузі гостинності і туризму»</p>	Лекція / практична	<p>Історико-культурний туризм: український та світовий досвід. Збірник матеріалів Міжнародної наукової конференції (Київ, 5 квітня 2019 р.) / Редкол.: О. П. Реєнт (голова), В. П. Капелюшний, І. К. Патриляк, О. П. Гончаров, Н. В. Терес. – К.: «Фоліант», 2019. – 331 с</p> <p>Гамкало М., Романів П. Історія розвитку активного туризму в Карпатському регіоні // Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції «Теоретичні і прикладні напрямки розвитку туризму та рекреації в регіонах України», присвяченої 70-річчю утворення Льотної академії НАУ. Збірник наукових праць / За заг. ред. д.г.н. О.В. Колотухи. Дніпро : Середняк Т. К., 2021. 506 с. С. 290-300.</p>	Як розвивався та буде розвиватися український туризм? Як враховувати закордонний досвід?
---	---	--------------------	---	--

6	<p>Тема 5. Львів як туристичний центр: рефлексії щодо розвитку міського туризму. Львів туристичний: пропозиції, туристичний рух, географія туристів. Проблеми овертуризму. Використання міжнародного досвіду у розвитку міського туризму Львова. Проблеми формування туристичного бренду Львова. Вплив пандемії на туристичну галузь міста. Розвиток туризму у пандемічний і післяпандемічний період. Стратегія розвитку туризму і гостинності Львова на поточне десятиліття. Пропозиції працевлаштування у сфері гостинності і туризму: посади, заробітки, соціальні пакети.</p> <p>Практична робота 3: Суб'єкти готельно-туристичного і екскурсійного бізнесу Львова та їхні пропозиції на ринку.</p>	Лекція / практична	<p>Туристична статистика [Електронний ресурс].– Режим доступу: http://lviv.travel/ua/index/information/b2b Львів: як туристична столиця України може перетворитися на місто європейського майбутнього [Електронний ресурс].– Режим доступу: https://ukr.segodnya.ua/regions/lvov/lvov-kak-turisticheskaya-stolica-ukrainy-mozhet-prevratitsya-v-gorod-evropeyskogo-budushchego-628854.html</p>	Аналіз макротуристичних показників: можливості, призначення ...
4	<p>Тема 6. Інноватика в туризмі. Підходи до класифікації інновацій у туризмі. Особливості формування інноваційних стратегій туристичних підприємств. Фактори інноваційної діяльності туристичних підприємств та територій. Готовність туристичних підприємств до інноваційної діяльності.</p> <p>Практична робота 4. Аналіз показників оцінки готовності туристичних підприємств до інноваційної діяльності.</p>	Лекція / практична	<p>Романів П. В. Управління інноваційним розвитком туризму : навч. посібник / П. В. Романів. – Львів : Видавництво ЛНУ ім. І. Франка, 2019. – 198 с. <i>Романів П. В., Гамкало М. З.</i> Інновації у туризмі: підходи до означення і класифікації // Актуальні проблеми та перспективи розвитку зовнішньоекономічної діяльності в умовах</p>	<p>1. Аналіз показників готовності туристичного підприємства до інн. діяльності (у порівнянні). 2. Фактори інноваційної діяльності</p>

			глобалізації : Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 27-28 жовтня 2016 р.). – Львів : РВВ НЛТУ України. – 2016. – С. 129-131.	
6	<p>Тема 7. Територіальні форми організації туристично-рекреаційної діяльності. Кластерна модель організації у туризмі.</p> <p>Для чого потрібна регіоналізація у туризмі? Види регіоналізації. Система таксономічних одиниць туристичної регіоналізації. Туристичні кластери. Туризм у системі «держава-суспільство-бізнес» у контексті функціонування об'єднаних територіальних громад (ОТГ).</p> <p>Практична робота 5.</p> <p>Пропозиції та алгоритми впровадження інноваційних туристичних продуктів для ОТГ України (за вибором студентів).</p>	Лекція / практична	<p>Романів П. Деякі аспекти у реалізації кластерної моделі регіонального туризму / Матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Вітчизняна наука на зламі епох: проблеми та перспективи розвитку»: 36. наук. праць. – Переяслав-Хмельницький, 2019. – Вип. 52. – 272 с. С. 20-23.</p> <p>Феномен кластеру: аномальні бізнес-долини. – К.: Kyiv-Mohyla Business School, 2012. – 78 с.</p> <p>Соколенко С. І. Інноваційні кластери – механізм підвищення конкурентоспроможності регіону / С. І. Соколенко. – Режим доступу: http://ucluster.org.com.ua</p>	<p>1. Алгоритм проектування регіональних туристичних продуктів.</p> <p>2. Пропозиції продуктів для ОТГ.</p>

58	Самостійна робота у вигляді індивідуальних завдань на обрану тематику		Актуальна література на предмет перспектив розвитку туризму у регіонах України	
----	--	--	--	--