

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІНФРАСТРУКТУРИ ТА ТЕХНОЛОГІЙ

КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ ВОДНОГО ТРАНСПОРТУ
ІМЕНІ ГЕТЬМАНА ПЕТРА КОНШЕВИЧА-САГАЙДАЧНОГО

ФАКУЛЬТЕТ СУДНОВОДІННЯ
КАФЕДРА ІНФРАСТРУКТУРИ ТА ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ВОДНОГО
ТРАНСПОРТУ

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Декан факультету

к.ю.н., доц.  О. П. Єлезаров

« 29 » 08 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**«УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В РЕКЛАМІ ТА
ТУРИЗМІ»**

рівень вищої освіти другий (магістерський)

галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

спеціальність 242 «Туризм»

ОПП «Рекламно-туристичний бізнес»

2022—2023 навчальний рік

Робоча програма «Управління комерційною діяльністю в рекламі та туризмі» для здобувачів рівня вищої освіти другого (магістерського) за спеціальністю 242 «Туризм» освітньо-професійної програми «Рекламно-туристичний бізнес» за нормативною програмою. Київ: ДУІТ, 2023. 10 с.


Розробниця:

Лерніченко Катерина Валеріївна, к.е.н., доцент,
доцент кафедри інфраструктури та інноваційних технологій водного транспорту

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри інфраструктури та інноваційних технологій водного транспорту

Протокол № 1 від «29» серпня 2023 року

В. о. завідувача кафедри ІТВТ
PhD

 Світлана БОЙКО

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, рівень, ступінь освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів — 3	Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»	Обов'язкова	
Модулів — 1	Спеціальність: 242 «Туризм»	Рік підготовки	
Змістових модулів — 2		1-й	1-й
Індивідуальне науково- дослідне завдання —		Семестр	
Загальна кількість годин — 90		1-й	1-й
		Лекції	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних — 2,7 самостійної роботи здобувача — 5,5	Освітня програма: «Рекламно-туристичний бізнес»	16 год.	6 год.
		Практичні	
		14 год.	4 год.
	Рівень вищої освіти: другий (магістерський)	Лабораторні	
		— год.	— год.
		Самостійна робота	
	Ступінь вищої освіти: магістр	60 год.	80 год.
		Індивідуальні завдання:	
— год.			
Вид контролю:			
	іспит	іспит	

Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить (%):

для денної форми навчання — 33/67

для заочної форми навчання — 11/89

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета — формування бази знань, необхідної для підготовки фахівців, які володіють належними професійними компетентностями та здатні виявляти й вирішувати багатоваріантні спеціалізовані задачі в сфері управління комерційною діяльністю в рекламі та туризмі; виявляти комерційні ризики та забезпечувати ефективність комерційної діяльності підприємств; розумітися на особливостях організації комерційної діяльності в рекламі та туризмі, маркетингу та реклами у туристичній сфері.

Завдання — створити здобувачам необхідні умови для досягнення зазначеної мети.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми здобувачі повинні

знати:

- понятійний апарат комерційної діяльності туристичних підприємств;
- правові засади здійснення комерційної діяльності туристичних підприємств;
- теоретичні засади комерційних ризиків;
- засади провадження маркетингової та рекламної діяльності в туризмі та рекламі;

вміти:

- забезпечувати договірні взаємовідносини в туризмі;
- забезпечувати ефективність комерційної діяльності підприємств шляхом визначення й усунення комерційних ризиків;
- використовувати методичне забезпечення щодо управління обсягами комерційної діяльності туристичних підприємств;
- розробляти механізм реалізації кластерів у сфері туризму;
- формувати маркетингову діяльність та комунікативну політику туристичних підприємств;
- формувати рекламну політику в сфері туризму.

Програмні компетентності, які повинні набути здобувачі в результаті вивчення дисципліни згідно ОПП:

ІК. Здатність розв'язувати складні задачі дослідницького та інноваційного характеру у сфері туризму та рекламної діяльності в туризмі.

ЗК 1. Здатність до організації, планування, прогнозування результатів діяльності.

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

ЗК 3. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК 4. Здатність розробляти проєкти та управляти ними.

ЗК 5. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

ЗК 7. Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

СК 3. Здатність до управління туристичним процесом у публічному секторі, в туристичній дестинації, туристичному підприємстві на різних ієрархічних рівнях.

СК 4. Здатність організовувати діяльність та співпрацю суб'єктів регіонального, національного та міжнародного туристичних ринків на засадах сталого розвитку з урахуванням світового досвіду.

СК 5. Здатність оперувати інструментами збору, обробки інформації, аналізувати та управляти туристичною інформацією.

СК 6. Здатність до аналізу, прогнозування, планування бізнес-процесів та геопросторового планування у сфері туризму та реклами в туризмі.

СК 7. Здатність розробляти та впроваджувати інновації в діяльності суб'єктів туристичного ринку.

СК 8. Здатність використовувати прикладні підходи для вирішення проблем туризму.

СК 9. Здатність до організації та управління в туризмі.

СК 10. Здатність до підприємницької діяльності в туризмі.

Програмні результати навчання, які мають отримати здобувачі згідно ОПП:

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

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

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

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

ПРН 9. Розробляти та реалізовувати проєкти у сфері туризму та на засадах економічної, соціальної і екологічної ефективності з урахуванням потреб ринку.

ПРН 10. Приймати ефективні рішення у сфері туризму та реклами в туризмі щодо розв'язання широкого кола проблем, зокрема безпеки і якості туристичного обслуговування.

ПРН 12. Аналізувати, формулювати і реалізовувати національну та регіональну туристичну політику, вдосконалювати механізми управління туристичними дестинаціями на національному, регіональному та локальному рівнях з урахуванням потреб ринку.

ПРН 13. Застосовувати знання для використання прикладних підходів при вирішенні проблем туризму та реклами в туризмі.

ПРН 14. Використовувати спеціалізовані знання та уміння для організації і управління в туризмі, зокрема, рекламні методи.

ПРН 15. Використовувати спеціалізовані знання та уміння для ведення підприємницької діяльності в туризмі.

3. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовний модуль 1 Комерційна діяльність в туризмі

Тема 1 КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Поняття і суть комерційної діяльності загалом та в туризмі, зокрема. Комерційна діяльність у зовнішньоекономічній діяльності (ЗЕД).

Складові комерційного середовища. Мета комерційної діяльності в туризмі.

Управління комерційною діяльністю в умовах ЗЕД туристичних підприємств. Чинники ЗЕД туристичного підприємства.

Зовнішньоекономічний потенціал туристичного підприємства.

Тема 2 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Об'єкт та роль комерційної діяльності в туризмі. Поняття комерційного процесу та комерційної операції.

Основні функції та принципи комерційної діяльності.

Завдання комерційних служб туристичних підприємств.

Чинники, які впливають на розвиток комерційної діяльності.

Тема 3 ЗАКОНОДАВЧЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА ДОГОВІРНІ ВЗАЄМВІДНОСИНИ В ТУРИЗМІ

Законодавче та правове забезпечення туристичної діяльності в Україні.

Нормативна база. Визначення термінів та понять. Організаційні форми та види туризму. Учасники відносин у сфері туристичної діяльності. Права та обов'язки суб'єктів туристичної діяльності. Права та обов'язки туристів та екскурсантів. Організація туристичної діяльності. Відповідальність за порушення законодавства у сфері туризму.

Договірні взаємовідносини та партнерські зв'язки.

Нормативна база. Поняття та істотні умови договору на туристичне обслуговування. Зміна істотних умов договору. Зміна ціни туристичного продукту. Відповідальність за невиконання або неналежне виконання договору. Відповідальність суб'єкта туристичної діяльності, який порушив законодавство. Якість туристичних послуг.

Тема 4 КОМЕРЦІЙНІ РИЗИКИ. ЕФЕКТИВНІСТЬ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Поняття про ризики.

Методи оцінки комерційних ризиків. Система показників та методика визначення ефективності комерційної діяльності.

Управління комерційними ризиками.

Конкурентоспроможність комерційного підприємства та її складові.

Тема 5 МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ОБСЯГАМИ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Управління виробничою програмою туристичного підприємства. Обсяг реалізації туристичного продукту. Підходи до класифікації туристичних послуг у складі туристичного продукту. Національний туристичний продукт. Фактори впливу на обсяги реалізації туристичних послуг підприємства. Планування обсягу реалізації туристичного продукту. Основні задачі

виробничої програми туристичного підприємства. Основні завдання стратегії управління обсягом реалізації турпродукту.

Змістовний модуль 2 Особливості туризму. Маркетинг та реклама в туризмі

Тема 6 ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ КРУЇЗНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

Поняття круїзу.

Класифікація круїзних перевезень.

Етапи розвитку круїзних перевезень, реалізація яких забезпечує їхню ефективність.

Життєвий цикл специфічної транспортної продукції в круїзному туризмі.

Тема 7 КЛАСТЕРИЗАЦІЯ У СФЕРІ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ. ВЗАЄМОДІЯ СУБ'ЄКТІВ РИНКУ

Відносини між основними учасниками круїзного бізнесу.

Фактори впливу на ефективне формування морського туристичного кластера. Основні елементи кластера у сфері круїзного туризму.

Механізм державного регулювання розвитку туристичного кластера у сфері круїзного туризму. Етапи формування круїзних туристичних кластерів в Україні.

Тема 8 ОСОБЛИВОСТІ НАДАННЯ ПОСЛУГ НА КРУЇЗНИХ СУДНАХ

Сутність послуг HoReCa (Hotel, Restaurant, Cafe — територія гостинності, послуги розміщення, харчування).

Комбіновані пропозиції HoReCa.

Судна, що використовуються в круїзному туризмі. Класи кают. Об'єкти дозвілля на суднах. Послуги харчування на круїзному судні. Пропозиції з надання послуг харчування на мегалайнерах «Royal Caribbean International».

Еногастрономічні круїзи. Характеристика круїзних ліній, що пропонують еногастрономічний продукт.

Концепції проектування круїзного продукту із різним значенням послуг HoReCa. Місце послуг HoReCa у структурі круїзного продукту. Еногастрономічний продукт у межах туристичної дестинації. Еногастрономічний продукт на борту судна. Оцінка пропозиції еногастрономічного продукту на круїзному ринку.

Тема 9 МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМІ

Особливості маркетингової діяльності у сфері туристичних послуг

Формування маркетингової діяльності на ринку туристичних послуг

Формування маркетингової комунікативної політики туристичних підприємств в умовах розвитку цифрових комунікацій

Тема 10 РЕКЛАМА В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

Туристична реклама. Різновиди туристичної реклами. Характерні риси туристичної реклами. Реклама потреб. Реклама можливостей. Роль PR та реклами в організації туристичних подорожей в умовах війни

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с.р.		л	п	лаб.	інд.	с.р.
Змістовний модуль 1. Комерційна діяльність в туризмі												
Тема 1 Комерційна діяльність туристичних підприємств	7	1	0			6	12	2	2		8	
Тема 2 Теоретичні основи комерційної діяльності	7	1	0			6	8				8	
Тема 3 Законодавче забезпечення та договірні взаємовідносини в туризмі	10	2	2			6	8				8	
Тема 4 Комерційні ризики. Ефективність комерційної діяльності підприємств	10	2	2			6	10	2			8	
Тема 5 Методичні основи управління обсягами комерційної діяльності туристичних підприємств	10	2	2			6	8				8	
Разом за змістовим модулем 1	18	8	6			30	46	4	2		40	
Змістовний модуль 2. Особливості круїзного туризму. Маркетинг та реклама в туризмі												
Тема 6 Особливості організації круїзних перевезень	7	1	0			6	8				8	
Тема 7 Кластеризація у сфері круїзного туризму. Взаємодія суб'єктів ринку	9	1	2			6	8				8	
Тема 8 Особливості надання послуг на круїзних суднах	10	2	2			6	8				8	
Тема 9 Маркетинг в туризмі	10	2	2			6	8				8	
Тема 10 Реклама в індустрії туризму	10	2	2			6	12	2	2		8	
Разом за змістовим модулем 2	46	8	8			30	44	2	2		40	
Усього годин	90	16	14			60	90	6	4		80	

5. ТЕМИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Д.ф.н.	З.ф.н.
Змістовний модуль 1. Комерційна діяльність в туризмі			
1	Тема 1 Комерційна діяльність туристичних підприємств		2
2	Тема 3 Законодавче забезпечення та договірні взаємовідносини в туризмі	2	
3	Тема 4 Комерційні ризики. Ефективність комерційної діяльності підприємств	2	
4	Тема 5 Методичні основи управління обсягами комерційної діяльності туристичних підприємств	2	
Змістовний модуль 2. Особливості круїзного туризму. Маркетинг та реклама в туризмі			

5	Тема 7 Кластеризація у сфері круїзного туризму. Взаємодія суб'єктів ринку	2	
6	Тема 8 Особливості надання послуг на круїзних суднах	2	
7	Тема 10 Реклама в індустрії туризму	2	2
	Разом	12	4

6. ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Д.ф.н.	З.ф.н.
Змістовний модуль 2. Особливості круїзного туризму. Маркетинг та реклама в туризмі			
1	Тема 9 Маркетинг в туризмі	2	
	Разом	2	

7. ТЕМИ ЛАБОРАТОРНИХ ЗАНЯТЬ

Не передбачено планом

8. САМОСТІЙНА РОБОТА

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Д.ф.н.	З.ф.н.
Змістовний модуль 1. Комерційна діяльність в туризмі			
1	Тема 1 Комерційна діяльність туристичних підприємств	6	8
2	Тема 2 Теоретичні основи комерційної діяльності	6	8
3	Тема 3 Законодавче забезпечення та договірні взаємовідносини в туризмі	6	8
4	Тема 4 Комерційні ризики. Ефективність комерційної діяльності підприємств	6	8
5	Тема 5 Методичні основи управління обсягами комерційної діяльності туристичних підприємств	6	8
Змістовний модуль 2. Особливості круїзного туризму. Маркетинг та реклама в туризмі			
6	Тема 6 Особливості організації круїзних перевезень	6	8
7	Тема 7 Кластеризація у сфері круїзного туризму. Взаємодія суб'єктів ринку	6	8
8	Тема 8 Особливості надання послуг на круїзних суднах	6	8
9	Тема 9 Маркетинг в туризмі	6	8
10	Тема 10 Реклама в індустрії туризму	6	8
	Разом	60	80

9. ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

Не передбачено планом

9.1 ДЕННА ФОРМА НАВЧАННЯ

Кожен здобувач повинен виконати практичну роботу (1), виступити на семінарських заняттях, підготувати й захистити доповідь за матеріалом дисципліни, що вивчається

індивідуально, підготувати наукові тези та виконати модульні контрольні роботи (2).

Результатом виступів на практичних і семінарських заняттях є отримання здобувачем фахових компетентностей з управління комерційною діяльністю в рекламі та туризмі.

Доповідь оформлюється в електронному документі (Word) (10—15 сторінок формату А4; шрифт Times New Roman 14 кегль; півтора інтервали; поля: з лівого боку — 2,5 см, зверху, знизу та з правого боку — 1,5 см) та у вигляді презентації (Power Point). Захист – усно, 5—7 хв. За матеріалами доповіді подаються наукові тези.

9.2 ЗАОЧНА ФОРМА НАВЧАННЯ

Кожен здобувач повинен виступити на семінарських заняттях. За бажанням — підготувати наукові тези.

Результатом виступів на практичних і семінарських заняттях є отримання здобувачем фахових компетентностей з управління комерційною діяльністю в рекламі та туризмі.

10. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Проведення лекційних і практичних занять, слайдові презентації (у програмі Power Point) з кожної теми, відеолекції, роздатковий матеріал, дискусійне обговорення проблемних питань. На семінарських заняттях здобувачі застосовують свої теоретичні знання щодо забезпечення договірних взаємовідносини в туризмі; забезпечення ефективності комерційної діяльності підприємств шляхом визначення й усунення комерційних ризиків; методичного забезпечення управління обсягами комерційної діяльності туристичних підприємств; механізму реалізації кластерів у сфері круїзного туризму; формування маркетингової діяльності та комунікативної політики туристичних підприємств; формування рекламної політики в сфері туризму.

11. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Виконання модульних контрольних робіт, захист доповіді, написання наукових тез, самостійне вивчення окремих тем курсу.

Оцінювання навчальних досягнень здобувачів за усіма видами навчальних робіт здійснюється за поточним, модульним проміжним та підсумковим контролюми. Поточний контроль знань здобувачів з навчальної дисципліни здійснюється у формі усного опитування, письмового експрес-контролю, виступів здобувачів під час семінарських занять. Модульний проміжний контроль здійснюється з метою визначення стану поточної успішності здобувачів за певний період навчання. Контрольні завдання за змістовним модулем містять тестові питання.

Контроль самостійної роботи здійснюється:

з лекційного матеріалу — шляхом перевірки конспектів;

з практичних і семінарських занять — завдяки оцінюванню практичної роботи та виступів здобувачів.

Усі контрольні заходи включено до 100-бальної шкали оцінювання.

Підсумковий контроль здійснюється з метою оцінювання результатів навчання здобувачів за семестр. Підсумковий семестровий контроль знань відбувається на іспиті у письмовій формі. Екзаменаційний білет містить 40 тестів.

12. РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ ЗДОБУВАЧІ

Іспит	
Тести	СУМА

1—40 тестів, кожна правильна відповідь оцінюється в 1 бал	40 балів
---	----------

Практична робота, виступи на семінарських заняттях, доповідь, тези			
Пр № 1	Виступи на сем. зан.	Доповідь, тези	СУМА
10 балів	10 балів	10 балів	30 балів

Модульні контрольні роботи (МКР)		
МКР 1	МКР 2	СУМА
15 балів	15 балів	30 балів

Підсумкова оцінка виставляється з урахуванням суми балів за I-м, II-м, III-м модулями та набраними балами за відповідь на екзаменаційний білет.

Шкала оцінювання

Оцінка за 100-бальною шкалою факультету	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ESTS	
		Літера	Опис
90-100 балів	Відмінно	A	Відмінно (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
82-89 балів	Добре	B	Добре (вище середнього рівня з кількома помилками)
75-81 балів	Добре	C	Добре (в загальному вірне виконання з певною кількістю суттєвих помилок)
64-74 балів	Задовільно	D	Задовільно (непогано, але зі значною кількістю недоліків)
60-63 балів	Задовільно	E	Достатньо (виконання задовольняє мінімальним критеріям)
35-59 балів	Незадовільно	FX	Незадовільно (з можливістю повторного складання)
1-34 балів	Незадовільно	F	Незадовільно (з обов'язковим повторним складанням)

13. Методичне забезпечення

1. Конспект лекцій з дисципліни.
2. Лерніченко К. В. Методичні вказівки до практичних робіт з дисципліни «Управління комерційною діяльністю в рекламі та туризмі» для здобувачів денної та заочної форм навчання другого (магістерського) рівня вищої освіти галузі знань 24 «Сфера обслуговування» спеціальності 242 «Туризм» ОПП «Рекламно-туристичний бізнес». К.: ДУІТ, 2023. 39 с.

14. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

1. Цивільний кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>.
2. Господарський кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/436-15#Text>
3. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16 квітня 1991 р. № 959-12 / Верховна Рада України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/580-19>. Про туризм. Закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>.

4. Про ліцензування видів господарської діяльності. Закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/222-19#Text>.
5. Про страхування. Закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/85/96-%D0%B2%D1%80#Text>.
6. Правове регулювання туризму в Україні. WikiLegalAid. URL: https://wiki.legalaid.gov.ua/index.php/%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BE%D0%B2%D0%B5_%D1%80%D0%B5%D0%B3%D1%83%D0%BB%D1%8E%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D1%83_%D0%B2_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%96.
7. Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України. Закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3857-12#Text>.
8. Про затвердження Правил перетинання державного кордону громадянами України. Постанова КМУ від 27.01.1995 р №57. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/57-95-%D0%BF#Text>.
9. Лисюк, Т., Терещук, О., Демчук, О. Роль PR та реклами в організації туристичних подорожей в умовах війни. Економіка та суспільство, Вип. 42. 2022. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-28>.
10. Адамовська, М., Зубко, Т. Туризм в епоху digital-комунікацій. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм. 4(1). 2021. С. 30–39. <https://doi.org/10.31866/2616-7603.4.1.2021.235145>.
11. Зайцева М. М. Управління емоціями споживачів туристичних послуг як нова парадигма в маркетингових та управлінських підходах. Секція 5. Інноваційні підходи в управлінні туристичним та готельно-ресторанним бізнесом. 2021.
12. Баран Р. Формування маркетингової комунікативної політики туристичних підприємств в умовах розвитку цифрових комунікацій. Економічний аналіз, Вип. 31. № 2. 2021. С. 80-89. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2021.02.080>.
13. Яровий В. Ф., Шуткіна В. В. Особливості управління рекламною діяльністю в туристичних підприємствах. Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні питання економічного розвитку в сучасних умовах» (м. Херсон, 26-27 березня 2020 р.). Херсон: ФОП Вишемирський В.С., 2020. 415 с. С.301-305. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/yarovyj2.htm.
14. Безугла Л. С. Розділ 8.6. Особливості маркетингової діяльності у сфері туристичних послуг. Існуюча практика та новітні тенденції в управлінні суб'єктами господарювання різних організаційно-правових форм: монографія. За ред. Савчук Л. М., Бандоріна Л. М. 2020. 532 с. URL: https://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/29918/%D0%94%D0%B6%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D1%83%D0%BB%D0%B0_%D0%84%D0%BF%D1%96%D1%84%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%A3%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB_%D1%81%D1%83%D0%B1_%D0%B3%D0%BE%D1%81%D0%BF_06_2020%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
15. Безугла Л. С., Онищенко А. І., Шадріна Д. В. Формування маркетингової діяльності на ринку туристичних послуг. Ефективна економіка. №1. 2020. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2020_1_50. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.1.82.
16. Герасименко В.Г. Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції: Монографія / Під ред. В.Г. Герасименка, О.Л. Михайлюка. К.: ФОП Гуляєва В.М., 2019. 332 с.


17. Ковиліна М.О. Державне регулювання розвитку морського туризму в Україні: автореферат дис... канд. екон. наук: спец. 08.00.03: дата захисту 22.02.2019. Чернігівський національний технологічний університет. Чернігів, 2019. 23 с. URL: 195.69.76.76/bitstream.
18. Іванов А. М. Економічні аспекти інституціонального забезпечення державної політики України в сфері туризму. Вісник Одеського національного університету: Економіка. 2018. Т. 23. Вип. 1 (66). С. 77—81.
19. Бондар Ю. А., Чипляка К. О. Комерційна діяльність туристичних підприємств в умовах глобалізації. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». В. 21. Ч. 1. 2018. С. 26—30.
20. Михайлова Н. В., Карцева В. В. Класифікація ризиків туристичного підприємства. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Секція «Економіка сфери сервіс». 2016. № 3 (75). С. 182—186.
21. Нестерова К.С. Державна регуляторна політика сприяння розвитку морського туризму в Україні: автореферат дис... канд. екон. наук: спец. 08.00.03, дата захисту: 28.03. 2016. Національна академія наук України. Ін-т ринку та економіко-екологічних досліджень. Одеса, 2016. URL: <http://www.impeer.od.ua/images/Avtoreferaty>.
22. Мальська М. П., Рутинський М. Й., Білоус С. В., Мандюк Н. Л. Економіка туризму: теорія та практика: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2014. 544 с.
23. Кравцова А. В. Класифікація ризиків підприємств туристичного бізнесу. Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова. 2013. Т. 18. Вип. 4/2. С. 92—95.
24. Герасименко В. Г., Галасюк С. С., Нездоймінов С. Г. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія. Одеса: Астропринт, 2013. 304 с.
25. Грицюк М. А. Економічна безпека підприємницької діяльності в туристичній галузі. Вісник Національного лісотехнічного університету України. Вип. 23.8. 2013. С. 184—200.
26. Іванов А. М. Особливості управління рекреаційно-оздоровчими підприємствами в системі туристичного кластеру. Экономика пищевой промышленности. 2013. 4 (20). С. 12—17.
27. Балашова Р. І. Організація діяльності туристичного підприємства: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 184 с.
28. Городня Т. А., Щербак А. Ф. Економіка туризму: теорія і практика: навчальний посібник. Київ: Кондор, 2012. 436 с.
29. Кудла Н. Є. Менеджмент туристичного підприємства: підручник. Київ: Знання, 2012. 343 с.
30. Golubkova I. Innovations in cruise tourism // Економічні інновації: Зб. наук. праць. Одеса: ППРЕЕД НАН України, 2012. Вип. 50. С. 266-274.
31. Мальська М., Бордун О. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика. Львів, 2011. URL: <https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/02/Planuvannia3-dodane.pdf>.
32. Cruise Tourism – Current Situation and Trends. Manuel Butler; World Tourism Organization. Tourism Trends and Marketing Strategies Programme.; World Tourism Organization. Regional Programme for the Americas. Madrid: World Tourism Organization. First printing. 2010. 253 p.
33. Брич В., Крамарчук С. Управління ризиками у туристичному бізнесі. 2010. №2. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/NZTNPU/geogr/2010_2/4/002Brich.pdf.

34. Димеденко І. В. Методичні підходи до аналізу ефективності діяльності підприємств туристичного бізнесу. Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому. 2009. №13. С. 41—46.
35. Гонтаржевська Л. І. Ринок туристичних послуг в Україні: навчальний посібник. Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. 180 с.
36. Мних Є.В. Економічний аналіз: підруч. / Є.В. Мних. 2-ге вид. К.: Центр навчальної літератури, 2005. 472 с.
37. Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В. Л. Основи туристичного бізнесу: навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2004. 272 с.
38. Гонтаржевська Л. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств туристичного бізнесу в структурі світового ринку послуг. Збірник наукових праць. 2004. Вип. 44. С. 177–185.
39. Михайліченко Г. І. Удосконалення технологій створення туристичного продукту. Вісник КДТЕУ. 2000. № 2. С. 41–50.
40. Гаєвська Л.М. Економіка та організація діяльності фірми: навч. посіб. / Л.М. Гаєвська. Ірпінь: Академія ДПС України, 2000. 164 с.
41. Kibik O., Khaiminova Iu., Kotlubay V., Redina I., Belous E. Development potential of Ukrainian maritime enterprises. URL: <https://www.sciencepubco.com/index.php/ijet/article/view/19917>. Doi 10.14419/ijet.v7i4.3.19917.
42. Cruise Industry News Annual Report. URL: <https://www.cruiseindustrynews.com/annual-cruise-industry-report.html>.
43. Офіційний сайт «Genting Hong Kong». URL: <http://www.gentinghk.com/en/home/profile.aspx>.
44. Cruise ships on order – AMEM Communication. URL: https://www.amem.at/pdf/AMEM_Cruise-Ships-on-Order.pdf.
45. Cruise Lines International Association, Inc (CLIA). URL: <http://www.cruising.org/>.
46. Cruise Market Watch. URL: <http://www.cruisemarketwatch.com/>.
47. Ткаченко Т. І. Методичні основи управління обсягами комерційної діяльності туристичних підприємств.
48. Беднарська О. Р., Свірська О. Б. Управління ризиками міжнародної туристичної діяльності URL: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/30358/3/Vis_570_Menedgment.%203-8.pdf.
49. Кожухівська Р. Б. Управління процесами ризик-менеджменту на туристичних підприємствах. URL: <https://dspace.udpu.edu.ua/jspui/bitstream/6789/2456/1/rizik-menedgent%20v%20turismi.pdf>.

14. ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

Офіційні сайти Інтернет, законодавчі та нормативні акти, періодичні видання (спеціалізовані журнали: «Порти України» та ін.), статистичні дані.

Розробниця:
доц. каф. ПТВТ, к.е.н., доцент

 **К. В. Лерніченко**