

**Приватне акціонерне товариство «Вищий навчальний заклад
«Міжрегіональна Академія управління персоналом»**



**Методичні рекомендації щодо забезпечення самостійної роботи студентів
з дисципліни**

«Державне та регіональне управління туризмом і готельним бізнесом»

(для магістрів)

Київ-2018

Підготовлено професором МКА Кобржицьким В.В.

Затверджено на засіданні кафедри організації туристичної діяльності (Протокол № 8 від 14 березня 2018 р.).

Схвалено Вченою радою Навчально-наукового інституту міжнародних відносин та соціальних наук (Протокол № 8 від 29 березня 2018 р.)

Кобржицький В.В. Методичні рекомендації щодо забезпечення самостійної роботи студентів з дисципліни «Державне та регіональне управління туризмом і готельним бізнесом» (для магістрів). – К.: МАУП, 2018. – 29 с.

Методична розробка містить пояснювальну записку, тематичний план дисципліни «Державне та регіональне управління туризмом і готельним бізнесом», методичні вказівки для самостійного вивчення кожної теми, контрольні питання, критерії оцінювання знань студентів при підсумковому контролі, список літератури.

Пояснювальна записка

Важливою складовою частиною навчального процесу студентів є їх самостійна робота, котра сприяє активізації засвоєння знань, умінь та навичок студентами, їх практичній реалізації, а також допомагає формуванню у них уміння навчатися. Самостійна робота одночасно є високоефективним засобом опанування навчального матеріалу у вільний від обов'язкових навчальних занять час.

Метою самостійної роботи студентів є сприяння кращому засвоєнню навчальної програми дисципліни «Державне та регіональне управління туризмом і готельним бізнесом» в повному обсязі, формування самостійності як особистісної риси та важливої професійної якості, сутність якої полягає в умінні планувати, організовувати, систематизовувати та контролювати власну перспективну та повсякденну діяльність.

Мета вивчення дисципліни полягає: у засвоєнні студентами навчальної програми дисципліни «Державне та регіональне управління туризмом і готельним бізнесом» в повному обсязі задля подальшого розширення їх світогляду та формування самостійності економічного мислення як важливої професійної якості, сутність якої полягає в умінні планувати, систематизувати та контролювати перспективну й повсякденну діяльність сучасних туристичних підприємств.

Після засвоєння програмного матеріалу в контексті організації та ведення бізнесу, студенти мають досягти високого рівня підготовки, що відповідає сучасним вимогам суспільно-економічного розвитку України.

Особливо важливим завданням цієї навчальної дисципліни є підготовка майбутніх менеджерів туристичного й готельного бізнесу до практичної діяльності та оперативній адаптації до змін, що постійно відбуваються у зовнішньому середовищі організації.

Об'єктом вивчення дисципліни є управління туристичним і готельним бізнесом.

Предметом дисципліни є вивчення особливостей державного та регіонального управління туризмом і готельною справою в Україні.

Увесь зміст самостійної роботи студента з дисципліни «Державне та регіональне управління туризмом і готельним бізнесом» визначається навчальною програмою дисципліни, методичними матеріалами, завданнями викладача.

Самостійна робота студента забезпечується системою навчально-методичних засобів, передбачених для вивчення навчальної дисципліни «Державне та регіональне управління туризмом і готельним бізнесом»: підручниками, навчальними та методичними посібниками, методичними матеріалами для самостійної роботи студентів, конспектом лекцій тощо.

Після засвоєння навчальної дисципліни студент повинен розуміти і знати:

- основні поняття регіональної економіки та політики;

- основні законодавчі акти та нормативні документи, що визначають засади регіональної політики України загалом та щодо туризму й готельного бізнесу зокрема;
- основні принципи управління регіональним розвитком туризму, способи та інструментарій процесу управління;
- економічне підґрунтя готельно-туристичної справи;
- основні методи та принципи управління регіональним розвитком туризму та готельного господарства;
- організацію роботи сучасного підприємства туристичної галузі та визначення ефективності його роботи;
- економічні важелі успішного створення та розвитку туристичних і готельних підприємств.

Крім того, студент магістрант повинен уміти:

- розрізняти поняття державного та регіонального управління в туризмі;
- використовувати основні методи дослідження економічного розвитку регіону і туристичного та готельного господарства зокрема;
- правильно оцінювати економічні процеси, що мають місце у сучасному туристичному та готельному бізнесі;
- аналізувати забезпеченість ресурсами розвитку туристсько-рекреаційного господарського комплексу;
- правильно визначати актуальні тенденції у галузевому та регіональному розвитку торгівлі туристичними та готельними послугами;
- здійснювати аналіз систем державного та регіонального управління в туризмі;
- застосовувати методики пошуку необхідної інформації для дослідження регіонального розвитку туризму й готельного бізнесу;
- уміло використовувати набуті теоретичні знання у своїй практичній професійній діяльності.

Самостійна робота студентів з навчальної дисципліни «Державне та регіональне управління туризмом і готельним бізнесом» організовується з дотриманням таких вимог:

- обґрунтування необхідності завдань загалом, а також конкретного завдання зокрема;
- надання детальних методичних рекомендацій щодо виконання роботи;
- надання можливості студентам виконувати творчі роботи, що відповідають умовно-професійному рівню засвоєння знань, при цьому не обмежуючи їх виконанням стандартних завдань;
- підтримання постійного зворотного зв'язку зі студентами у процесі виконання самостійної роботи.

Перелік завдань для самостійної роботи, форми її організації та звітності, термін виконання та кількість балів, які можна отримати за виконання завдань, визначаються викладачем кафедри при розробці робочої навчальної програми дисципліни (розділу "Самостійна робота студентів").

Студенти, які розпочинають вивчати дисципліну “Економіка туристичного підприємства”, повинні бути поінформовані викладачем щодо

організації самостійної роботи, її форм та видів, термінів виконання, форм контролю та звітності, кількості балів за виконання завдань тощо.

Організація та контроль процесу й змісту самостійної роботи та її результатів здійснюються викладачами кафедри.

Оцінки (бали), одержані студентами за виконання різних видів самостійної роботи, фіксуються викладачами і повинні бути доведені до відома студентів.

1. Тематичний план дисципліни

«Державне та регіональне управління туризмом і готельним бізнесом»

№ з/п	Назва змістового модуля і теми
Змістовий модуль I. Засади міжнародного та державного управління туризмом і готельним бізнесом	
1	Загальні положення про право на туризм і свободу туристських подорожей
2	Наукові основи управління регіональним розвитком туризму та готельним бізнесом
3	Державне регулювання й фінансування туризму та готельного господарства
4	Міжнародне співробітництво в галузі туризму й готельного бізнесу
5	Управління туристичними формальностями
Змістовий модуль II. Регіональні аспекти управління туризмом і готельним бізнесом	
6	Місцеве самоврядування в системі управління регіональним розвитком туризму та готельного господарства
7	Регіональний розвиток туризму та готельного господарства
8	Маркетингове управління суб'єктами туристичного та готельного бізнесу в регіоні
9	Регіональні програми розвитку туризму та готельного господарства

2. Методичні вказівки для самостійного вивчення кожної теми

Змістовий модуль I. Сутність і специфіка туристичного і готельного бізнесу

Змістовий модуль I. Засади міжнародного та державного управління туризмом і готельним бізнесом

Тема 1. Загальні положення про право на туризм і свободу туристських подорожей

Поняття і зміст права на туризм.

Поняття і зміст свободи туристських подорожей.

Темати рефератів

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Туризм як світове соціально-культурне явище.
3. Стан розвитку туризму в західноєвропейських країнах.
4. Історія розвитку туризму на теренах України.
5. Актуальні проблеми розвитку туристичного бізнесу в Україні.
6. Проблеми розвитку готельного бізнесу в Україні.
7. Туристська подорож – право людини.
8. Свобода туристських подорожей.
9. Законодавче регулювання готельного бізнесу в Україні.
10. Правове забезпечення туризму в Україні.

Контрольні питання та навчальні завдання

1. Сутність поняття «туристичні послуги».
2. Сутність поняття «готельні послуги».
3. Сутність поняття «туристичний продукт».
4. Сучасний комплекс готельних послуг.
5. Основні форми туризму.
6. Основні принципи розвитку туризму.
7. Історичний огляд розвитку туризму.
8. Історичний огляд розвитку готельного господарства.
9. Свобода туристських подорожей.
10. Гарантоване право на туристичну подорож.

Література основна: 1, 5, 6, додаткова: 1, 9, 10, 21

Тема 2. Наукові основи управління регіональним розвитком туризму та готельним бізнесом

Основні уявлення про управління регіональним розвитком
Регіональна політика як основа управління регіональним розвитком
Об'єкт, мотивація, функції, стадії управління розвитком економіки
республіканського (обласного) регіону

Темати рефератів

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Особливості процесів регіоналізації третинного сектору економіки.
3. Специфіка процесів інтернаціоналізації та глобалізації третинного сектору економіки.
4. Управління регіональним розвитком.
5. Регіональна політика.

6. Управління розвитком економіки республіканського (обласного) регіону
7. Інтернаціоналізація сучасного туристичного бізнесу.
8. Історія розвитку світових готельних мереж.
9. Сучасні поліфункціональні готельні комплекси.
10. Сучасний туристичний регіон.
11. тенденції у формуванні міжнародних готельних мереж.

Контрольні питання та навчальні завдання

1. Основні причини процесів глобалізації світового туризму.
2. Головні проблеми, що стоять перед підприємствами туристичного бізнесу у зв'язку з поглибленням глобалізації.
3. Вплив, який здійснюють регіональні та глобальні об'єднувачі процеси на розвиток міжнародного туризму.
4. Управління розвитком економіки регіону.
5. Особливості регіоналізації світового ринку готельних послуг.
6. Особливості регіоналізації світового ринку туристичних послуг.
7. Конкурентні переваги міжнародних і регіональних туроператорів.
8. Сутність регіональної політики.
9. Стадії управління розвитком економіки регіону.
10. Сучасні готельні комплекси.

Літератураосновна: 7-9, додаткова: 2-4, 7, 8, 12, 14-18

Тема 3. Державне регулювання й фінансування туризму та готельного господарства

Органи центральної та місцевої державної виконавчої влади в галузі туризму та готельного господарства.

Ліцензування та сертифікація в туризмі та готельному бізнесі.

Національна рада з туризму.

Рада представників і об'єднання суб'єктів туристичної діяльності.

Туристська асоціація України.

Асоціація готельних об'єднань та готелів міст України.

Економічна діяльність в галузі туризму та готельного господарства.

Фонд розвитку туризму України.

Теми рефератів

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Еволюція регіонального туристичного менеджменту.
3. Державні органи управління туризмом і готельним господарством.
4. Національна рада з туризму.
5. Туристська асоціація України та інші громадські туристські організації.

6. Особливості туристичного та готельного бізнесу як об'єктів управління.
7. Актуальні проблеми управління туристичними підприємствами в Україні.
8. Економічна діяльність в готельному господарстві.
9. Фонд розвитку туризму України.
10. Значення туристичної галузі для поліпшення ситуації на ринку послуг.

Контрольні питання та навчальні завдання

1. Бухгалтерія підприємства.
2. Національна рада з туризму.
3. Державні органи управління туризмом і готельним господарством.
4. Асоціація готельних об'єднань та готелів міст України.
5. Туристська асоціація України.
6. Фонд розвитку туризму України.
7. Громадські туристські організації в Україні.
8. Різновекторність готельного бізнесу.
9. Сертифікація готелів як вид державного регулювання.
10. Проблеми управління туристичними підприємствами в Україні.

Література основна: 2-8, додаткова: 1-5, 7, 8, 14-18

Тема 4. Міжнародне співробітництво в галузі туризму й готельного бізнесу

Діяльність міжнародних організацій щодо регулювання й управління туристичною діяльністю.

Організація Об'єднаних Націй (ООН). Світова організація торгівлі (СОТ). Всесвітня Туристська Організація (ЮНВТО).

Міжнародна готельна асоціація (МГА). Міжнародна асоціація готелів і ресторанів (МАГР). Міжнародна асоціація гостинності (МАГ).

Міжнародна асоціація продажів і маркетингу в індустрії гостинності (МАПМІГ).

Регіональні туристичні об'єднання і союзи.

Теми рефератів

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. ООН.
3. ЮНВТО.
4. СОТ.
5. ІКАО.
6. Міжнародні готельні об'єднання.
7. Міжнародні об'єднання рестораторів.
8. Регіональні туристичні об'єднання.

9. Взаємовплив розвитку світового ринку послуг та світового готельного бізнесу.

10. Вплив загострення конкурентної боротьби у сфері туризму на розвиток готельного господарства.

Контрольні питання та навчальні завдання

1. Діяльність міжнародних організацій щодо регулювання й управління туристичною діяльністю.
2. Організація Об'єднаних Націй (ООН).
3. Світова організація торгівлі (СОТ).
4. Всесвітня Туристська Організація (ЮНВТО).
5. Міжнародна готельна асоціація (МГА).
6. Міжнародна асоціація готелів і ресторанів (МАГР).
7. Міжнародна асоціація гостинності (МАГ).
8. Міжнародна асоціація продажів і маркетингу в індустрії гостинності (МАПМІГ).
9. Міжнародна організація цивільної авіації (ІКАО)
10. Регіональні туристичні об'єднання і союзи.

Література основна: 6,9, додаткова: 6,8,11,17,19-21

Тема 5. Управління туристичними формальностями

Сутність туристичних формальностей.

Поліцейські формальності Паспортні формальності.

Візові формальності. Візовий та безвізовий режими. Шенгенська угода і свобода пересування країнами Європи.

Митні формальності та валютний контроль.

Медико-санітарні формальності. Формальності безпеки.

Теми рефератів

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Туристичні формальності.
3. Візові режими.
4. Шенгенська угода.
5. Міжнародні вимоги щодо перетину кордонів туристами.
6. Державний кордон і пункти пропуску.
7. Митні формальності та валютний контроль.
8. Медико-санітарні формальності.
9. Формальності безпеки.
10. Відповідальність за порушення формальностей туристами.

Контрольні питання та навчальні завдання

1. Туристичні формальності.

2. Поліцейські формальності
3. Паспортні формальності.
4. Візові формальності.
5. Шенгенська угода.
6. Митні формальності.
7. Валютний контроль.
8. Медико-санітарні формальності.
9. Формальності безпеки.
10. Відповідальність за порушення формальностей туристами.

Література: основна: 3, 6, 9, додаткова: 10, 17, 19

Тести для самоконтролю (з вибором одного варіанту відповіді)

1. Законодавчими актами, що регулюють діяльність підприємств туристичної галузі є такі:

- а) Закони України, Постанови Кабінету міністрів, накази профільних міністерств та відомств;
- б) Закон України "Про господарські товариства", Господарський кодекс України, Митний кодекс України, Закон України "Про підприємства", Закон України "Про підприємництво в Україні", Закон України "Про туризм" та ін.;
- в) Закон України "Про Кабінет Міністрів України", Закон України "Про туризм"; Закон України "Про господарські товариства", Господарський кодекс України, Митний кодекс України та ін.;
- г) Закон України "Про власність", Закон України "Про підприємництво", Закон України "Про підприємства в Україні", Закон України "Про внесення змін до закону України "Про туризм", Закон України "Про господарські товариства", Господарський кодекс України, Митний кодекс України та ін.

2. Під терміном «туризм» слід розуміти:

- а) можливість задоволення духовних потреб та інших прав людини при переїзді з місця постійного до місця тимчасового проживання;
- б) тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування;
- в) спеціальну форму переміщення осіб із місця їх постійного проживання на короткий термін;
- г) подорож особи до іншої місцевості чи населеного пункту на термін, що перевищує 24 години.

3. Туристичний продукт - це:

- а) попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, котрий поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізуються або пропонуються для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення,

розміщення та інші туристичні послуги (організація відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо);

б) використання наявних ресурсів для організації якісного відпочинку громадян за попередньо встановленою ціною на подібні послуги;

в) комплекс туристичних послуг;

г) пропонується для реалізації на ринку комплекс туристичних і суміжних послуг у кількості не менше трьох за попередньо встановленою ціною.

4. Сучасний розвиток готельної інфраструктури в Україні:

а) можна вважати цілком задовільним;

б) можна вважати досить непоганим попри наявні деякі незначні недоліки організації та недостатньої інноваційної діяльності суб'єктів підприємницької діяльності;

в) недостатній та потребує інтенсивного планомірного розвитку;

г) незадовільний.

5. Сучасний готель - це:

а) підприємство, що надає спеціальні послуги подорожнім;

б) суб'єкт підприємницької діяльності, що виробляє та реалізує послуги по розміщенню осіб;

в) місце тимчасового проживання людей, які з різних причин опинились не в пункті свого постійного проживання;

г) підприємство, що надає специфічні послуги з розміщення, харчування та ін. За відповідну плату особам, які потребують їх у певний момент відповідно до їх життєвих обставин.

6. Туристичним продуктом є:

а) основний сервіс, що надається туристичним агентом ;

б) одночасне поєднання не менше двох туристичних пропозицій разом;

в) сервіс, що надається туристу фірмою-туроператором;

г) попередньо обумовлена програма туристичної подорожі.

7. Наявність або відсутність ринкового попиту на готельні послуги в регіоні:

а) не має жодного впливу на кількість готелів;

б) має помітний вплив на реєстрацію нових підприємств галузі;

в) впливає на розвиток ресторанного бізнесу;

г) має вирішальний вплив на кількість підприємств галузі.

8. Регіональна економічна політика-це:

а) дії, направлені на вирівнювання умов діяльності регіонів та їх результатів;

б) дії, направлені на ефективне використання регіональних ресурсів і можливостей;

в) створення умов підвищення ефективності діяльності регіональних економік;

г) всі відповіді вірні.

9. Метою регіональної економічної політики є:

а) компроміс між економічною ефективністю і соціальною справедливістю;

б) зростання галузей економіки у регіоні;

- в) зростання економічної ефективності й добробуту населення в регіоні;
- г) усі відповіді вірні.

10. Світові країни-донори туристів:

- а) відправляють за кордон більше своїх громадян, ніж приймають зарубіжних гостей;
- б) більше приймають іноземних туристів, ніж відправляють за кордон своїх співгромадян.

11. Серед вітчизняних підприємств туристичного та готельного бізнесу найчастіше зустрічаються:

- а) суб'єкти підприємницької діяльності – фізичні особи в якості турагентів;
- б) акціонерні товариства в якості туроператорів;
- в) товариства з обмеженою відповідальністю в якості туроператорів і турагентів;
- г) правильної відповіді немає.

12. Географія сучасної туристичної діяльності:

- а) є практично незмінною впродовж останніх 50 років;
- б) швидко міняється під впливом непередбачуваних змін смаків клієнтів;
- в) змінюється планомірно згідно із планами Світової туристичної організації;
- г) змінюється незначно (старі туристичні центри залишаються та поступово з'являються нові).

13. Що є найбільшою проблемою при визначенні конкретних шляхів розвитку регіональної економіки?:

- а) інституційний рівень її розробки і здійснення;
- б) достовірність статистичних показників економічної ефективності регіонів;
- в) інформаційна забезпеченість регіональних центрів;
- г) рівень розвитку регіональної інфраструктури.

14. Регіональну політику визначають:

- а) її суб'єкти;
- б) її об'єкти;
- в) напрямки її проведення;
- г) варіанти а і в

15. Чи можуть соціально-економічні дисбаланси виникати у середині самих регіонів?:

- а) так;
- б) ні.
- в) так, коли це великі регіони.
- г) ні, за будь-яких обставин.

16. Сучасний світовий ринок туристичних і готельних послуг характеризується тим, що між собою конкурують на ньому:

- а) галузі;
- б) підприємства;
- в) держави;
- г) інвестори.

17. До головних світових туристичних центрів належать:

- а) Австралія та Нова Зеландія;

- б) країни Південної Америки;
- в) країни центральної Азії;
- г) країни Західної Європи.

18. Подорож за кордон для участі в науково-практичній конференції може бути віднесена до:

- а) наукового туризму;
- б) ділового туризму;
- в) ділового відрядження;
- г) відпочинку.

19. Значні досягнення певної національної туристичної фірми в сучасних умовах господарювання зумовлюються:

- а) характером попиту на її туристичні продукти та розвитком суміжних галузей економіки;
- б) наявністю та структурою виробничих ресурсів, стратегією фірми на національному ринку та рівнем менеджменту;
- в) відповіді «а» та «б» правильні;
- г) правильної відповіді немає.

20. Рівень стандартних та ексклюзивних видів послуг, що надаються в готелях для іноземних та вітчизняних туристів:

- а) може легко регулюватися за бажанням клієнта;
- б) є зазвичай стабільним і незмінним впродовж ряду років;
- в) залежить від категорії (зірковості) конкретного готелю;
- г) значною мірою залежать від рівня розвитку національної економіки, категорії готелів, національних норм і традицій та рівня менеджменту.

21. Правила ліцензування підприємства туристичної галузі:

- а) різні;
- б) однакові.

22. Нормативні документи щодо сертифікації готельних послуг розробляються:

- а) мерією міста або сільрадою;
- б) парламентом держави;
- в) Конституційним судом;
- г) профільним міністерством.

23. Для здійснення туристичної подорожі турист повинен отримати в турфірмі:

- а) туристичний ваучер і страховий поліс;
- б) копію ліцензії підприємства на право здійснення підприємницької діяльності в галузі туризму;
- в) паспорт з візою;
- г) копію договору на туристичне обслуговування.

24. Для отримання ліцензії на право здійснення туроператорської діяльності в Україні необхідно:

- а) надати фінансову гарантію на 2 тисячі євро;
- б) надати фінансову гарантію на 5 тисяч євро;
- в) надати фінансову гарантію на 20 тисяч євро;

г) надати фінансову гарантію на 10 тисяч доларів.

25. Страхування туристів, що виїждять за рубіж:

а) можна здійснювати відповідно до їх бажання;

б) є доцільним;

в) може бути необхідним у деяких випадках (підвищена ймовірність травматизму тощо);

г) є обов'язковим.

26. До країн з позитивним туристичним балансом відносять:

а) Іспанію, Італію, Німеччину;

б) Францію, Мальту та Кіпр;

в) Мексику, Туніс та Канаду;

г) Австрію, Швейцарію та Велику Британію.

27. До країн з негативним туристичним балансом відносять:

а) Німеччину, Велику Британію, Японію;

б) Австрію, Грецію та Нідерланди;

в) Іспанію, Бельгію та Канаду;

г) Тайвань, Італію та Малайзію.

28. Очікується, що до 2020 року другою за популярністю у світі може стати:

а) Китай;

б) Велика Британія;

в) Бразилія;

г) США.

29. Закритий готельний цикл обслуговування клієнтів складається із таких етапів:

а) резервування та реєстрації гостя;

б) попередньої оплати та надання розміщення й інших додаткових готельних послуг;

в) прийому гостя та організації його виїзду;

г) усі три відповіді правильні.

30. Турагенти зазвичай продають турпродукти, які створюються туроператорами:

а) за самостійно встановленою ціною;

б) за ціною, узгодженою з виробником;

в) за ціною виробника з утриманням комісійної винагороди;

г) правильної відповіді немає

Тема 6. Місцеве самоврядування в системі управління регіональним розвитком туризму та готельного господарства

Сутність, теоретичні джерела та історичні особливості становлення і розвитку місцевого самоврядування в Україні.

Система місцевого самоврядування в різних країнах та в сучасній Україні.

Повноваження органів регіонального управління та місцевого самоврядування.

Тема рефератів

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Місцеве самоврядування.
3. Історичні особливості становлення і розвитку місцевого самоврядування в Україні.
4. Розвиток місцевого самоврядування в країнах Європи.
5. Суспільне значення зміцнення місцевого самоврядування.
6. Система місцевого самоврядування в сучасній Україні.
7. Повноваження органів регіонального управління.
8. Повноваження органів місцевого самоврядування.
9. Напрями розвитку місцевого самоврядування в Україні.
10. Місцеві податки та збори як інструмент регулювання туристичної й готельної діяльності.

Контрольні питання та навчальні завдання

1. Поняття місцевого самоврядування.
2. Розвиток місцевого самоврядування в Україні
3. Розвиток місцевого самоврядування в європейських країнах.
4. Суспільне значення процесу зміцнення місцевого самоврядування.
5. Система місцевого самоврядування в сучасній Україні.
6. Сучасні напрями розвитку місцевого самоврядування в Україні.
7. Повноваження органів місцевого самоврядування.
8. Повноваження органів регіонального управління.
9. Місцеві податки та збори.
10. Туристичні та готельні збори.

Літератураосновна: 1,3-5,7,10-11,додаткова: 1-3,7,11,14

Тема 6.Маркетингова діяльність туристичних підприємств

Маркетингові дослідження в туристичному бізнесі.

Збір, накопичення та опрацювання первинної та вторинної маркетингової інформації. Внутрішні та зовнішні джерела інформації.

Маркетингова служба туристичного підприємства.

Реклама туристичного продукту як цілеспрямована діяльність по розповсюдженню інформації щодо послуг, котрі пропонуються туристичними фірмами та готелями.

Маркетингова стратегія просування продукту. Реалізація продукту та її основні канали. Оцінка результатів рекламної діяльності.

Теми рефератів

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Дослідження первинної та вторинної маркетингової інформації.
3. Внутрішні та зовнішні інформаційні джерела.
4. Реклама туристичного продукту.
5. Інформаційне забезпечення туристичного бізнесу.
6. Маркетингова стратегія просування продукту.
7. Сучасні підходи до організації продажів туристичних продуктів.
8. Реалізація продукту та її основні канали.
9. Звітність підприємств туристичного й готельного бізнесу.
10. Маркетингова служба туристичного підприємства.

Контрольні питання та навчальні завдання

1. Маркетингові дослідження в туристичному бізнесі..
2. Первинна та вторинна маркетингова інформація.
3. Внутрішні та зовнішні джерела інформації.
4. Маркетингова служба туристичного підприємства.
5. Реклама туристичного продукту.
5. Оцінка результатів рекламної діяльності.
6. Реалізація продукту та її основні канали.
7. Сутність і методи реалізації продуктів туристичного та готельного бізнесу.
8. Критерії якості обслуговування туристів.
9. Розрахунки з клієнтами готелів і турфірм.
10. Маркетингова стратегія просування продукту.

Література: основна: 3,4,7, додаткова: 2,8,12,16,18,20,21

Тема 7. Регіональний розвиток туризму та готельного господарства

Регіональний розвиток туристичної галузі та готельного господарства в країнах світу.

Основні цілі, напрями й методи туристичної політики в Україні.

Форми, методи та механізм управління регіональним розвитком туризму та готельного господарства.

Організаційна структура регіонального управління туризмом і готельним господарством.

Темати рефератів

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Регіональний розвиток туристичної галузі у різних країнах.
3. Регіональний розвиток готельного господарства в різних країнах.
4. Основні цілі, напрями й методи туристичної політики.
5. Туристична політика України.
6. Форми та методи управління регіональним розвитком туризму й готельного господарства.
7. Механізм управління регіональним розвитком туризму й готельного господарства.
8. Організаційна структура регіонального управління туризмом і готельним господарством.
9. Договірні відносини в туристичному та готельному бізнесі.
10. Угода (контракт) на туристичне та готельне обслуговування.

Контрольні питання та навчальні завдання

1. Поняття регіонального розвитку.
2. Регіональний розвиток туристичної галузі.
3. Регіональний розвиток готельного бізнесу.
4. Регіональний розвиток суміжних видів бізнесу.
5. Поняття туристичної політики.
6. Регіональна туристична політика.
7. Форми та методи управління регіональним розвитком туризму та готельного господарства.
8. Механізм управління регіональним розвитком туризму та готельного господарства.
9. Організаційна структура регіонального управління туризмом і готельним господарством.
10. Взаємодія офіційних і громадських туристичних і готельних організацій.

Література основна: 2,6,8, додаткова: 2,9,12,14-16,18

Тема 8. Маркетингове управління суб'єктами туристичного та готельного бізнесу в регіоні

Туристичні дестинації як суб'єкт управління регіонального розвитку.
Особливості інтеграційних процесів в управлінні організаціями індустрії туризму в регіоні.

Регіональний маркетинг як інструмент управління регіональним розвитком туризму й готельного бізнесу.

Сутність регіонального маркетингу. Інформаційно-аналітичне забезпечення регіонального маркетингу.

Особливості формування та реалізації маркетингової стратегії регіону.

Темі рефератів

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Сучасні туристичні дестинації.
3. Інтеграційні процеси в управлінні індустрією туризму в регіоні.
4. Регіональний маркетинг як інструмент управління.
4. Управління регіональним розвитком туризму та готельного бізнесу.
5. Інформаційно-аналітичне забезпечення регіонального маркетингу.
6. Суміжники туристичного бізнесу.
7. Особливості формування маркетингової стратегії регіону.
8. Особливості реалізації маркетингової стратегії регіону.
10. Комплексні готельно-туристичні послуги.

Контрольні питання та навчальні завдання

1. Конкурентоспроможність туристичної галузі країни.
2. Туристичні дестинації.
3. Управління регіональним розвитком туризму й готельного бізнесу.
4. Регіональний маркетинг як інструмент управління.
5. Сутність регіонального маркетингу.
6. Інформаційне забезпечення регіонального маркетингу.
7. Формування маркетингової стратегії регіону.
8. Суміжники туристичного бізнесу.
9. Реалізація маркетингової стратегії регіону.
10. Посередники на ринку туристичних послуг.

Література: основна: 2-4, 7, 9, додаткова: 6, 9, 13, 18, 20

Тема 9. Регіональні програми розвитку туризму та готельного господарства

Основні підходи до розробки регіональних програм розвитку туризму.

Концептуальні засади планування розвитку туризму та готельного господарства.

Методи планування та прогнозування розвитку туризму й готельного господарства.

Особливості стратегічного планування розвитку туризму та готельного бізнесу і його місце в системі управління розвитком регіону.

Темі рефератів

1. Огляд наукових публікацій за темою заняття.
2. Регіональні програми розвитку туризму.
3. Регіональні програми розвитку готельного господарства.
4. Планування та прогнозування регіонального розвитку туризму.

5. Планування та прогнозування регіонального розвитку готельного господарства.
6. Стратегічне планування розвитку туризму.
7. Стратегічне планування в системі управління розвитком регіону.
8. Етапи та методи ціноутворення в туризмі.
9. Особливості оподаткування туристичних і готельних підприємств.
10. Державне регулювання ціноутворення в туризмі.

Контрольні питання та навчальні завдання

1. Розподіл управлінських повноважень в туристичній фірмі.
2. Собівартість туристичного продукту.
3. Планування розвитку туризму й готельного господарства.
4. Прогнозування розвитку туризму й готельного господарства.
5. Стратегічне планування регіонального розвитку туризму.
6. Стратегічного планування регіонального розвитку готельного господарства.
6. Структура ціни турпродукту на регіональному ринку.
7. Стратегічне планування в системі управління розвитком регіону.
8. Методи ціноутворення в туризмі.
9. Податки, зборита звітність в туризмі.
10. Особливості оподаткування туристичних і готельних підприємств.

Література основна: 3,4,7,9,додаткова:3,8,9,12,14,18,20

Тести для самоконтролю II (з вибором одного варіанту відповіді)

1. Сучасні готельні мережі характеризуються:

- а) наявністю кількох готелів однакового зіркового рівня в певній країні;
- б) наявністю ряду готелів визначених категорій, що надають аналогічні послуги у різних країнах або місцевостях;**
- в) тим, що усі готелі мають однакову кількість «зірок», незалежно від країни їх знаходження;
- г) тим, що вони надають однаковий рівень послуг в межах кожної країни.

2. Для створення команди, що ефективно працюватиме на виконання поставлених цілей фірми-туроператора:

- а) слід підбирати фахівців за рекомендаціями;
- б) немає принципового значення;
- в) слід підбирати талановиту молодь;
- г) доцільно використати допомогу практичного психолога.**

3. Власний веб-сайт сучасної готельної мережі – це її візитна картка, перед створенням якої необхідно:

- а) виробити чітку маркетингову концепцію самого підприємства, звірити плани його розвитку на найближчі п'ять років, визначити пріоритети, знайти хороших розробників веб-сайту;
- б) знайти кваліфікованих майстрів по створенню цього продукту;
- в) забезпечити наступне регулярне оновлення сайту силами працівників своєї фірми або кваліфікованими фахівцями фірми-провайдера;
- г) правильної відповіді немає.

4. Основними цілями державного регулювання в галузі туризму є:

- а) забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав;
- б) створення сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, підтримка пріоритетних напрямів туристичної діяльності;
- в) безпека туризму, захист прав та законних інтересів туристів, інших суб'єктів туристичної діяльності та їх об'єднань, прав та законних інтересів власників або користувачів земельних ділянок, будівель та споруд
- г) усі відповіді вірні

5. Міжнародні контракти щодо виконання послуг:

- а) регулюються Протоколом Генеральної асамблеї ООН;
- б) регулюються в рамках комплексу угод ГАТС;
- в) підлягають обов'язковій реєстрації в ЮНВТО;
- г) гарантують однаковий рівень послуг в межах кожної країни.

6. Пріоритетними напрямами державної політики в галузі туризму є:

- а) удосконалення правових засад регулювання відносин у галузі туризму;
- б) розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, сільського, екологічного (зеленого) туризму ;
- в) розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку;
- г) усі відповіді правильні.

7. Найважливішими міжнародними туристичними виставками для європейських туроператорів є наступні:

- а) Берлінська, Київська, Лондонська та Московська;
- б) Мадридська, Майамська, Московська та Пекінська;
- в) Берлінська, Міланська, Московська та Сіднейська;
- г) Берлінська, Лондонська, Мадридська та Міланська.

8. Що не відноситься до напрямків регіональної політики?:

- а) податкова політика;
- б) структурна політика;
- в) морська політика;
- г) демографічна політика

9. Гарантоване державою право та реальна здатність територіальної громади вирішувати питання місцевого значення в межах Конституції та законів України називається:

- а) владою народу

- б) муніципалітетом
- в) місцевим самоврядуванням
- г) демократією

10. Регіональне управління туризмом у своїй діяльності керується:

- а) Конституцією України;
- б) Законами України;
- в) підзаконними нормативно-правовими актами;
- г) усі відповіді правильні

11. Метою діяльності такого управління є:

- а) реалізація державної політики у сфері туристичної діяльності
- б) становлення туризму як високорентабельної галузі економіки та важливого засобу культурного розвитку громадян;
- в) залучення населення до занять туризмом;
- г) усі відповіді правильні.

12. Кілька готелів, що належать одному власнику і знаходяться в межах однієї країни складають:

- а) міжнародну готельну мережу;
- б) готельну мережу національного рівня;
- в) готельну мережу регіонального рівня;
- г) правильної відповіді немає.

13. Загострення конкурентної боротьби на ринку готельних послуг:

- а) має вирішальний вплив на розвиток міжнародного туризму;
- б) не має істотного впливу на розвиток туристичного бізнесу;
- в) негативно впливає на туристичний бізнес;
- г) позитивно впливає на туристичний бізнес.

14. До індикаторів соціального розвитку регіону належить фактор:

- а) відношення розкритих злочинів до всієї чисельності злочинів у регіоні;
- б) співвідношення легальної та тіньової економіки;
- в) обсягу сільськогосподарської продукції;
- г) чисельності населення з мінімальним рівнем доходів.

15. Головна мета управління розвитком туризму в обласному регіоні:

- а) узгодження всіх елементів системи управління регіональним розвитком туризму;
- б) збалансованість та комплексний розвиток туризму;
- в) організація інформатизації населення в галузі туризму;
- г) наукове обґрунтування управлінських рішень.

16. Світовими тенденціями, що активно сприяли втраті колишнього значення державних і митних кордонів та глобалізації туризму в межах усієї світової економіки є такі:

- а) міжнародна економічна інтеграція, зростання ролі ТНК, міжнародна спеціалізація виробництва і торгівлі товарами та послугами, розширення експорту прямих інвестицій з Північної Америки, Західної Європи та Східної Азії;
- б) глобалізація фінансів, третинного сектору економіки, управлінських функцій та проблем доквілля;

- в) відповіді «а» та «б» правильні;
- г) правильних відповідей немає.

17. Регіональне управління туризму підпорядковується:

- а) Кабінету Міністрів України;
- б) Президенту України;
- в) Державній туристичній адміністрації України;
- г) Верховній Раді України.

18. Одним з основних напрямів діяльності регіонального управління в галузі туризму є:

- а) створення дієвих дисконтних систем для молоді та студентів;
- б) аналіз стану справ щодо туристичної діяльності та прогнозування розвитку туризму;
- в) створення умов для сезонного працевлаштування молоді в туристичній галузі;
- г) забезпечення умов для залучення до активного споживання туристичних послуг пенсіонерів, військовослужбовців, малозабезпечених та багатодітних громадян та їх родин.

19. Для координації діяльності управлінь обласної державної адміністрації, відомств та туристичних підприємств утворюється:

- а) обласна рада по туризму;
- б) регіональна рада по туризму;
- в) національна рада по туризму;
- г) локальна рада по туризму.

20. Розширення асортименту туристичних (готельних) послуг:

- а) може використовуватись для поступової заміни застарілих на новіші;
- б) дозволяє клієнтам зробити кращий вибір;
- в) сприяє загальному їх продажу;
- г) усі відповіді правильні.

21. Основу нормативно-правового забезпечення сфери туризму і діяльності курортів складають:

- а) національні стандарти «Послуги туристичні. Засоби розміщення»;
- б) закони України «Про туризм» та «Про курорти»
- в) постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження порядку створення і ведення Державного кадастру природних територій курортів»
- г) Кодекс України про надра.

22. Які з суб'єктів належать до організаційні форми туристичної діяльності:

- а) фірма-туроператор (турорганізатор), фірма-турагент;
- б) готельні комплекси;
- в) санаторії, курорти;
- г) організатори громадського харчування.

23. Окрема територіальна одиниця, заснована на спільності природних, культурних або історико-архітектурних ресурсів, об'єднана спільною туристською інфраструктурою і сприйнята у вигляді цілісного об'єкта, -

це:

- а) туристська область;
- б) туристський регіон;
- в) туристський край;
- г) туристський центр.

24. Стандарти якості туристичних і готельних послуг на міжнародному рівні:

- а) застосовуються в усьому світі;
- б) існують, але застосовуються не у всіх країнах;
- в) не існують;
- г) правильної відповіді немає.

25. Для продажу послуг, що виробляються підприємствами туристичного та готельного бізнесу:

- а) працюють міжнародні фахівці, котрі мають відповідні сертифікати;
- б) використовуються усі вільні співробітники підприємства;
- в) використовуються кваліфіковані посередники;
- г) використовуються як власні фахівці, так і посередники.

26. Туристичний ваучер - це:

- а) спеціальний вид турпутівки;
- б) документ, що засвідчує страхування на маршруті;
- в) документ, що містить інформацію про клієнта, відправляючу та приймаючу турфірму, послуги, які має отримати турист по прибуттю на місце згідно з проведеною оплатою відправляючій турфірмі;
- г) правильної відповіді немає.

27. Екскурсійною діяльністю може займатися:

- а) людина, яка має спеціальний індивідуальний дозвіл;
- б) тільки туристична агенція відповідно до наявної ліцензії;
- в) тільки фірма - туроператор;
- г) турфірма чи приватний підприємець за наявності ліцензії.

28. Використання прийомів логістики до управління туристичним і готельним підприємством:

- а) посилює таке управління;
- б) послаблює управління;
- в) може його посилити за умови системного довготривалого використання;
- г) не впливає на управління .

29. Інформація про ціну та оплату туристичних послуг:

- а) міститься у страховому полісі;
- б) записується до Угоди про туристичне обслуговування;
- в) підтверджується чеком касового апарату;
- г) записується до туристичного ваучера.

30. Що з переліченого нижче не відноситься до факторів, котрі впливають на привабливість туристського регіону:

- а) рівень цін;
- б) інфраструктура регіону;

- в) доступність регіону;
- г) фіскальна політика держави.

31. Маркетингові дослідження на рівні регіону проводяться з метою:

- а) визначення основних туристських потоків в регіон;
- б) виявлення переміщення туристів усередині регіону;
- в) встановлення переважаючих в регіоні видів туризму;
- г) усі варіанти вірні.

32. Сучасна індустрія гостинності охоплює:

- а) підприємства готельного, туристичного, ресторанного, транспортного бізнесу;
- б) готельну, рекреаційну та ресторанну справу, туристичний, конгресний і транспортний бізнес, комерційні шоу та гральний бізнес;
- в) готелі, ресторани, сауни й басейни, театр і естраду;
- г) правильної відповіді немає.

33. Реалізація проекту розширення готельно-туристичного комплексу:

- а) має велике значення для інвесторів;
- б) здійснює вплив на рівень зайнятості населення;
- в) створює умови для припливу туристів та розвитку суміжних галузей;
- г) усі три відповіді правильні.

34. Для отримання туристичної ліцензії керівник підприємства чи його заступник:

- а) повинні мати спеціальну туристичну освіту або стаж практичної роботи в галузі не менше 3 років;
- б) повинні мати вищу освіту;
- в) повинні мати обов'язкову спеціальну вищу туристичну освіту;
- г) повинні мати стаж роботи в туризмі не менше п'яти років.

35. Фахівців готельного господарства та туризму в Україні готують:

- а) у вищих учбових закладах;
- б) у професійно-технічних училищах і ліцеях;
- в) у вищих і середніх спеціальних навчальних закладах;
- г) у технікумах і коледжах.

36. Основною метою маркетингу регіонів для потреб туризму є:

- а) залучення туристів у цей регіон або туристичний центр тільки із за кордону;
- б) залучення туристів у даний регіон із за кордону і з середини країни;
- в) регулювання туристичних потоків в той чи інший регіон або туристичний центр;
- г) створення туристичних офісів.

37. Які відвідувачі найбільш привабливі для регіону:

- а) одноденні відвідувачі
- б) чиї щоденні витрати найбільш високі, а перебування - найбільш тривале;
- в) чиї щоденні витрати найбільш високі, незалежно від днів перебування;
- г) перебування яких становить не менше 15 днів.

38. Маркетинг туристських організацій - це:

- а) діяльність, що проводиться з метою створення, підтримки чи зміни

сприятливої громадської думки;

б) процес узгодження можливостей і запитів споживачів;

в) діяльність з метою створення сприятливої громадської думки;

г) діяльність, спрямована на задоволення потреб споживачів.

39. Туристичний маршрут - це:

а) маршрут, яким пересувається транспорт з туристами;

б) шлях проходження туристів між населеними пунктами;

в) туристська подорож, під час якої туристи знайомляться з певними визначними місцями;

г) шлях проходження, визначений туристським попитом, пропозицією, програмою перебування чи взаємною домовленістю турфірми та клієнта.

40. Туристичний центр - це:

а) сукупність туристських об'єктів, що компактно розташовані на одній території;

б) сукупність туристських об'єктів, що служать для цілей обслуговування туристів;

в) внутрішньонаціональна категорія, яка може відповідати конкретному адміністративно-територіального поділу;

г) сукупність туристичних об'єктів, об'єднаних загальною інфраструктурою.

3. Критерії оцінювання знань студентів при підсумковому контролі

Контроль знань по дисципліні «Державне та регіональне управління туризмом і готельним бізнесом» складається з двох блоків планових заходів:

1) поточний контроль знань студентів;

2) підсумковий контроль знань студентів.

Порядок оцінювання знань студентів за результатами вивчення дисципліни

Бали за результатами поточного контролю в сумі та по доданках, а також за результатами оцінювання письмової екзаменаційної роботи виставляються числом, кратним «5».

Загальна підсумкова оцінка (в балах) складається з суми балів за результати поточного контролю знань та за виконання завдань, що виносяться на іспит. На іспиті студент повинен набрати не менше 30 балів.

Підсумковий контроль знань по даній дисципліні проводиться у формі письмового іспиту за екзаменаційними білетами, кожен з яких включає 3 питання.

Відповідь на кожне питання білета оцінюється окремо з диференціацією в 20, 10, 0 балів.

№ з/п	Форма оцінювання знань	Кількість балів	Результат
1	Оцінювання поточної роботи в семестрі, в т. ч. :	від 0 до 40 балів в т. ч.:	
1.1	Виконання обов'язкових завдань: а) систематичність та активність роботи протягом семестру б) виконання завдань для самостійного опрацювання	до 20 балів, з них: а) до 10 балів б) до 10 балів	
1.2	Проходження модульного контролю знань	до 20 балів	
2	Оцінювання письмової екзаменаційної роботи	від 0 до 60 балів	Проходження підсумкового контролю знань по дисципліні і одержання підсумкової оцінки

Відповідь на кожне з питань білета оцінюється в:

20 балів— якщо відповідь студента містить повне, розгорнуте, правильне та обґрунтоване викладення матеріалу;

- виявляє при цьому високі знання студентом усієї програми навчальної дисципліни, його вміння користуватися різноманітними методами наукового аналізу суспільних і правових явищ, виявляти їх характерні риси та особливості;

- відображає чітко знання відповідних категорій, їх змісту, розуміння їх взаємозв'язку і взаємодії, правильне формулювання відповідних тлумачень;

- свідчить про знання назв і змісту передбачених програмою нормативно-правових актів (для найважливіших — необхідно знати рік їх прийняття);

- містить аналіз змістовного матеріалу, порівняння різних поглядів на дану проблему, самостійні висновки студента, формулювання та аргументацію його точки зору;

- містить, поряд із теоретичним матеріалом, фактичні дані (статистичні, результати судової практики тощо), їх оцінку та порівняння;

- логічно і граматично правильно викладена;

10 балів— якщо студент дав відповідь на поставлене запитання, однак вона має хоча б один з таких недоліків:

- є неповною, не містить усіх необхідних відомостей про предмет запитання,

- є не зовсім правильною: наявні недоліки у розкритті змісту понять, категорій, закономірностей, назв та змісту нормативно-правових актів, нечіткі характеристики відповідних явищ;

- не є аргументованою: не містить посилань на нормативно-правові акти (у разі необхідності), інші джерела, аналізу відповідних теорій,

концепцій, наукових течій і т. ін.; недостатньо використано дані юридичної практики, інший фактичний і статистичний матеріал;

- свідчить про наявність прогалин у знаннях студента;

- викладена з порушенням логіки подання матеріалу, містить багато граматичних, грубих стилістичних помилок та виправлень;

0 балів— якщо студент не відповів на поставлене запитання;

- відповідь є неправильною, не розкриває сутності питання;

- при відповіді допущені грубі змістовні помилки, які свідчать про відсутність знань у студента;

- їх безсистемність та поверховість, не вміння сформулювати думку та викласти її, незнання основних положень навчальної дисципліни.

Результат письмового іспиту складається з суми балів, одержаних за всі питання. У тому разі, коли відповіді студента оцінені менше ніж у 30 балів, він отримує незадовільну оцінку за результатами іспиту (тобто 0 балів).

Оцінка за бальною шкалою	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS
90 – 100	5 (відмінно)	A
82 – 89	4 (добре)	B
75 – 81		C
68 – 74	3 (задовільно)	D
60 – 67		E
36 – 59	2 (незадовільно) з можливістю повторного складання	FX
0 – 35	2 (незадовільно) з обов'язковим повторним вивчення дисципліни	F

Загальне підсумкове оцінювання знань студентів здійснюється з урахуванням результатів оцінювання поточної роботи в семестрі (в діапазоні від 0 до 40 балів) та результатів письмового іспиту (не менше 30 і не більше 60 балів) за 100-бальною системою з подальшим переведенням в традиційну систему за 4-бальною шкалою та шкалою ECTS для фіксації оцінки в нормативних документах.

Для реєстрації оцінки за шкалою ECTS в екзаменаційних відомостях вводиться спеціальна графа «Оцінка за шкалою ECTS»

4. Список рекомендованої літератури

4.1. Основна література

1. Конституція України від 28 червня 1996 р. - К.: Просвіта, 1996. - 80 с.
2. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV. ВВР, 2003, № 18, № 19-20, № 21-22, ст.144
3. Митний кодекс України від 13.03.2012 р. № 4496-VI. ВВР, 2012, № 44-45, № 46-47, № 48, ст.552)
4. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI. ВВР, 2011, № 13-14, № 15-16, № 17, ст.112.

5. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435- IV.ВВР, 2003, №№ 40-44, ст.356.
6. Закон України "Про внесення змін до Закону України "Про туризм" від 18.11.2003р. №1282 – IV - Режим доступу: [http:// zakon 1. rada.gov.ua/ cgi - bln/lavs/main. /cgi](http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/lavs/main.cgi)
7. Закон України «Про стимулювання розвитку регіонів».- Закон України від 8 вересня 2005 р. №2850 -IV - Режим доступу: [http:// zakon 1. rada.gov.ua/ cgi - bln/lavs/main. /cgi](http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/lavs/main.cgi)
8. Закон України "Про ліцензування певних видів господарської діяльності" від 01.06.2000р. ВВР України, 2000-№36 - с.299.
9. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 № 959-ХІІ з подальшими змінами та доповненнями.

Додаткова література

1. *Агафонова Л.Г., Агафонова О.С.* Туризм, готельний та ресторанный бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: Навч. посіб. – К.: Знання України, 2002. — 352 с.
2. *Биркович В.І.* Удосконалення державного регулювання розвитку туризму на регіональному рівні. Стратегічні пріоритети, №4(5), 2007 р. .
3. *Василенко В.Н.* Архитектура регионального экономического пространства: монография /В.Н.Василенко. - Донецк: ООО «Юго-Восток»,ЛТД,2006.-311с.
4. *Гавран В.Я.* Управління інвестиційною діяльністю в рекреаційно-туристичній сфері. Львів: Вид-во НУ "Львівська політехніка", 2010. – 203 с.
5. *Гаврилов А.И.* Региональная экономика и управление / А.И Гаврилов; [учеб. пособие для вузов] - М.: ЮНИТИ -ДАНА, 2002. - 239 с.
6. *Гаврилюк С.П.* "Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу"/С.П. Гаврилюк; [навч.посіб.] - К.:КНТЕУ, 2006. - 180 с.
7. *Гранберг А.* Основы региональной экономики / А. Гранберг; [учеб. пособие] - М., 2001. - 494 с.
8. Інститути та інструменти розвитку територій. На шляху до європейських принципів / За ред. С. Максименка. - Київ, 2001. - 244 с.
9. *Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж.* Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. – М.: ЮНИТИ, 2003. – 1063 с.
10. *Максименко С.В.* Туристская деятельность: международно-правовые аспекты. - Одесса: Латстар, 2001. – 168 с.
11. *Малиновський В.Я.* Державне управління: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / В.Я. Малиновський - [2-ге вид., доп. і перероб] — К: Атіка, 2003. — 575 с.
12. *Маннапов Р.Г.* Организационно-экономический механизм управления регионом: формирование, функционирование, развитие: монография / Р.Г.Маннапов, Л.Г.Ахтаријева.-М.: КНОРУС, 2008.-352с.
13. *Панкрухин А.П.* Маркетинг территорий: учебное пособие / А.П. Панкрухин. - М.: РАГС, 2002. - 328с.

14. Регіональний вимір рекреаційно-туристичної діяльності // За ред. В.Ф.Семенова / Монографія, Одеса, Оптимум.-2008.-201с.
15. Регіони України: проблеми та пріоритети соціально-економічного розвитку: [монограф] /За ред. З.С. Варналія .- К.:Знання України, 2005.- 498 с.
16. Розміщення продуктивних сил та регіональна економіка / В. В. Ковалевський, О. Л. Михайлюк, В. Ф. Семенов. 9-е видання. - Київ: Знання, 2009. - 373 с.
17. *Сокол Т.Г.* Організація туристичної діяльності в Україні: Навч. посібн.- К.: Вид-во „Музична Україна”, 2002. – 256 с.
18. Територіальна, організація влади в Україні: статус і повноваження місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування / за заг. ред. А.П. Зайця, - К.: Видавничий Дім „Ін Юре”, 2002. - 928 с.
19. Туристична діяльність: нормативна база / Роїна О.М.- К.:КНТ, 2005. – 448с.
20. Управління сучасним готельним комплексом: Навч. посібник. / За ред. С.І. Дорогунцова— К.: Ліра-К, 2005 — 520 с.
21. www.unwto.org

Зміст

Пояснювальна записка	3
Тематичний план вивчення дисципліни	5
Методичні вказівки до вивчення дисципліни	5
Змістовий модуль I. Засади міжнародного та державного управління туризмом і готельним бізнесом	5
Тести для самоконтролю I	10
Змістовий модуль II. Регіональні аспекти управління туризмом і готельним бізнесом	15
Тести для самоконтролю II	19
Критерії оцінювання знань студентів	25
Список рекомендованої літератури	28