

МЕТОДОЛОГІЇ ТА МЕТОДИ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ

Мета курсу є формування в студентів світогляду й знань щодо методів, моделей, методичних прийомів аналізу діяльності міжнародного туристичного ринку та підвищення якості туристичних послуг в умовах зростаючої конкуренції.

Міжпредметні зв'язки. Курс «Методології та методи наукового дослідження міжнародного туристичного ринку» має безпосередній зв'язок із такими дисциплінами, як: «Організація та проектування наукових досліджень з теорії та практики міжнародного туризму», «Філософія та соціологія туризму», «Еволюція туризмології в контексті глобалізації галузі туризму» тощо.

Процес вивчення дисципліни спрямований на формування таких компетентностей: оволодіння методикою проведення аналізу витрат на виробництво, собівартості та реалізацію туристичного продукту (послуг) на міжнародному туристичному ринку; аналізу системи комплексного фінансово-економічного розуміння діяльності міжнародного ринку туристичних послуг.

Програмні результати навчання:

знати: сутність та характеристики основних понять аналізу діяльності міжнародного туристичного ринку; моделі, методи і методичні прийоми аналізу діяльності міжнародного ринку туристичних послуг; види аналізу діяльності підприємств туризму та його інформаційне забезпечення;

вміти: аналізувати та порівнювати методику проведення аналізу обсягу виробництва та реалізації туристичного продукту (послуг) на міжнародному туристичному ринку; методику наявності і використання основних засобів суб'єктами туризму; методику проведення аналізу персоналу та оплати праці на ринку туристичних послуг;

володіти: навиками аналізу основних моделей та методів оптимізації діяльності міжнародного туристичного ринку; навиками проведення фінансово-економічного аналізу та розробки програми його проведення; вмінням тлумачити та використовувати на практиці базові поняття аналізу діяльності суб'єктів туризму.

Зміст навчальної дисципліни:

В даний час туризм – це ціла галузь, яка є складовою міжнародного туристичного ринку, що займаються організацією відпочинку туристів і надають споживачеві різноманітні послуги. З кожним роком туристична індустрія кожної країни все активніше включається в світовий ринок туристичних послуг. Розроблено ряд методологій та методів наукового

дослідження управління туристичною діяльністю згідно із сучасними економічними критеріями, інформаційними технологіями і останніми досягненнями в області НТП. Можна класифікувати моделі туризму за структурою і вживанням математичного апарату наступним чином: економетричні, оптимізаційні, моделі штучного інтелекту.

До економетричних моделей відносяться моделі попиту, пропозиції і резервування туристичних послуг для прогнозування і планування туристичної діяльності під впливом різних факторів, у т.ч. факторів випадковості та її інтенсивності.

Моделі пропозиції міжнародного ринку туристичних послуг будувалися, зокрема, для інтегральної оцінки туристичного потенціалу природноекономічних комплексів. До оптимізаційних моделей належать моделі оптимізації функціонування і розвитку туристичних об'єктів, проектів їх реконструкції та створення нових об'єктів для поліпшення їх організаційнотехнологічної структури, а також моделі привабливості інвестування в туристичній галузі та оптимізації навантаження, оптимізації турів і т.д.

Обсяг вивчення навчальної дисципліни: 3,5 кредити ЄКТС, загальний обсяг 105 годин, у т.ч. – 36 годин аудиторних занять і 54 годин – самостійна та індивідуальна робота.

Форма семестрового контролю: залік.