

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

"ЗАТВЕРДЖУЮ"
Заступник керівника
(проректор з науково-педагогічної роботи)

М. В. Афанасьєв

МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ
робоча програма навчальної дисципліни

Галузь знань	24 "Сфера обслуговування"
Спеціальність	242 "Туризм"
Освітній рівень	перший (магістри)
Освітня програма	"Туризм"

Вид дисципліни
Мова викладання, навчання та оцінювання

Базова
Українська

Завідувач кафедри туризму

О. А. Сущенко

Харків
ХНЕУ ім. С. Кузнеця
2019

ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри туризму
Протокол № 1 від 28.08.2019 р.

Розробники:
Ястремська О.О., к.е.н., доц. кафедри туризму

**Лист оновлення та перезатвердження
робочої програми навчальної дисципліни**

Навчальний рік	Дата засідання кафедри – розробника РПНД	Номер протоколу	Підпис завідувача кафедри

1. Вступ

Анотація навчальної дисципліни:

Викладання дисципліни спрямоване на вивчення теоретичних основ з питань міжнародного туризму, аналіз розподілу і руху туристичних потоків у межах України та у світі; розрахування потреб населення країни чи регіону в туристичних послугах; оцінювання впливу туристичної галузі на економіку регіону та країни.

Знання та вміння з навчальної дисципліни «Міжнародний туризм» необхідні спеціалісту, щоб здійснювати аналіз світової туристичної галузі у рамках макрорегіонів та провідних країн стосовно основних показників економіки туризму; розуміти систему протиріч сучасних процесів глобалізації та регіоналізації в аспекті проблем та перспектив становлення сфери міжнародного туризму; визначати позицію України на макрорегіональному (європейському) ринку туристичних послуг; класифікувати країни – потенційні зовнішньоторгівельні партнери України відповідно до структурних характеристик міжнародних і внутрішньорегіональних туристичних потоків; виявляти потенційні загрози економічній безпеці Україні, пов'язані із структурними диспропорціями у зовнішній торгівлі, особливо у торгівлі послугами; 6 проводити огляд загальнодержавних та обласних (локальних) стратегій регіонального розвитку, виявляти їх ступінь та повноту виконання з урахуванням поточних змін у функціонуванні національного господарства на рівні окремої адміністративно-територіальної одиниці; проводити огляд інших нормативно-правових документів, що регулюють діяльність туристичних підприємств в Україні, пропонувати можливі заходи з її удосконалення; виявляти головні чинники, що перешкоджають розбудові туристичної інфраструктури України; доповнювати модель взаємодії туристичної галузі з іншими галузями національної економіки; знати основні підходи до побудови туристичної звітності, розробляти шляхи вдосконалення збирання та оброблення первинної інформації; здійснювати аналіз туристичних потоків регіону, визначати найперспективніші ринки міжнародного туризму; виявляти напрями, подальший розвиток яких може призвести до зниження рівня економічної безпеки регіону; розробляти можливі сценарії використання ключових переваг туристичної інфраструктури; визначати рейтинг регіону за основними показниками туристичної діяльності серед інших регіонів України, виявляти структурні диспропорції та розробляти шляхи їх подолання; визначати головні чинники позитивного та негативного впливу на рівень інвестиційної привабливості туристичної галузі регіону, визначати пріоритети у реалізації бізнес-проектів туристичної сфери відповідно до державних та регіональних концепцій розвитку регіону.

Вивчення навчальної дисципліни базується на відповідному рівні загальних знань та навичок, які отримані при засвоєнні студентами загальнонаукових, гуманітарних та спеціальних дисциплін.

Мета навчальної дисципліни:

Метою вивчення навчальної дисципліни "Міжнародний туризм" є сприйняття майбутніми фахівцями теоретичних знань та набуття практичних навичок у галузі міжнародного туризму як складових сучасної зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД).

Курс	1м	
Семестр	9	
Кількість кредитів ECTS	4	
Аудиторні навчальні заняття	Лекції	20
	семінарські, практичні	20
Самостійна робота		110
Форма підсумкового контролю	Іспит	

Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни:

Попередні дисципліни	Наступні дисципліни
Світове господарство та міжнародні економічні відносини	Міжнародний туризм
Менеджмент та маркетинг туризму	Маркетингові комунікації в туристичній діяльності
Менеджмент міжнародного туризму	Державне управління в туристичній діяльності

2. Компетентності та результати навчання за дисципліною:

Компетентності	Результати навчання
Здатності, щодо визначення значення міжнародного туризму	Знання, вміння та навички щодо теоретичних уявлень про фактори розвитку міжнародного туризму, значення міжнародного туризму, про тенденції розвитку сучасного туризму
Здатності щодо визначення географії туристичного попиту	Знання, вміння та навички до аналізу, порівняння, розуміння сутності поняття туристичних ресурсів, формування знань з питань, набуття практичних навичок із аналізу основних тенденцій розвитку туризму
Здатності щодо визначення статистики туристичних показників та методів статистичного обліку, щодо визначення та розрахунку головних економічних туристичних показників	Знання, вміння та навички до збирання даних, контроль над цим;здійснювання розрахунків статистичних потоків, статистику доходів та витрат; використання методів статистичного обліку. Розраховувати доход від туризму.
Здатності щодо виявлення інформаційних технологій в міжнародному туризмі	Знання, вміння та навички щодо сутності інформації та видів інформаційних технологій. Знання, щодо виникнення та еволюції комп'ютерних систем бронювання. Інтернет-технології в туристичному менеджменті
Здатність до визначення та аналізу основних тенденцій розвитку міжнародного туризму, прогнозування напрямів міжнародного туризму.	Знання, вміння та навички щодо формування туристичного потенціалу країн світу та України
Здатність до планування і впровадження в'їзних та виїзних турів, спеціалізованих міжнародних заходів	Знання, вміння та навички щодо організації зовнішньоекономічної діяльності на рівні регіону

3. Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Міжнародний туризм, як соціально-економічне явище.

1.1. Соціально – економічна роль туризму.

Світовий туризм – один із найважливіших чинників економічного і соціального розвитку суспільства. Світовий туризм – активне джерело надходжень іноземної валюти. Туристичний бізнес стимулює розвиток інших галузей господарства. Проблеми розвитку туризму.

1.2. Фактори розвитку міжнародного туризму.

Світовий туризм феномен ХХ століття. Розвиток світового туризму під впливом факторів: політика і право; безпека подорожей; економіка та фінанси; культура; соціодемографічні зміни; стан транспорту та інфраструктура; розвиток торгівлі; новітні технології.

1.3. Значення міжнародного туризму.

Заохочення іноземних туристів – великий дохід для країни. Витрати країни – на імпорт, на модернізацію сфери обслуговування, на оплату іноземних спеціалістів, виплата кредитів.

1.4. Тенденції розвитку міжнародного туризму.

Зміни на користь сучасного туризму є наслідком впливу факторів: збільшення вільного часу, зниження цін на авіап перевезення, збільшення кількості чартерних рейсів, зростання зацікавленості туроператорів масовим туризмом, пошуку нових економічно вигідних напрямів, збільшення кількості робочих місць, збільшення кількості туристів.

Тема 2. Географія туристичного попиту

2.1. Географічні фактори розвитку світового туризму.

Географічні фактори, що відіграють важливу роль у виборі маршруту поїздки. Географічні фактори, які впливають на світовий туризм – фізико - географічні та економіко – географічні.

Фізико – географічні фактори: ландшафт, клімат, рослинний (флора) і тваринний (фауна) світ, водні ресурси, рельєф, географічне положення району чи країни, погодно – кліматичні умови.

Економіко – географічні фактори: економіко – географічне положення країни (регіону, району), загальноекономічний рівень країни (регіону, району), ступінь розвитку внутрішнього туризму, ступінь урбанізації, наявність транспортної і соціальної інфраструктури, рівень індустрії туризму і досвід його організації.

2.2. Географія світових туристичних потоків.

Основна кількість прибуттів і вибуттів міжнародних туристів, які концентруються в небагатьох країнах.

Розподіл країн згідно вимогам ЮНВТО на країни, що є постачальниками туристів, і країни, які насамперед приймають їх.

2.3. Туризм з метою відпочинку і розваг.

Туристичні потоки з метою відпочинку і розваг є найбільш масовими і визначають географічну структуру світового туризму.

Найбільший ринок туризму з метою відпочинку і розваг який сформований у Європі.

Американський регіон за кількістю прибуттів посідає друге місце у світі після Європи.

Світовий туризм в Азіатсько – Тихоокеанському регіоні – порівняно нове явище.

Найсуттєвіші зміни за останні роки, які сталися в структурі міжнародного туризму Африканського континенту.

2.4. Діловий і спортивний туризм.

Міжнародні спортивні заходи. Особливості географії одного з найбільш поширених у світі видів спорту – гірськолижного.

Особливості бізнес – подорожей в Європі. Основні країни «постачальники» ділових туристів в Європі.

Конгресово – виставковий туризм як один з найбільш динамічних сегментів ринку ділових подорожей.

Інсентив – туризм та його особливості. Зростання популярності інсентив – турів.

2.5. Лікувально – оздоровчий туризм.

Мета лікувального туризму – зміцнення здоров'я. Метою оздоровчого туризму є профілактика захворювань і відпочинок. Особливості лікувально – оздоровчого туризму – тривалість перебування, висока вартість перебування і лікування, вік.

2.6. Релігійний туризм.

Географія туризму з релігійними цілями, який пов'язаний з регіонами переважного поширення основних релігій – християнства, мусульманства, іудаїзму та буддизму.

Особливості екскурсійного туризму релігійної тематики. Науковий туризм з релігієзнавчими цілями.

Тема 3. Туристичні ресурси

3.1. Принципи класифікації туристичних ресурсів.

Підходи до класифікації туристичних ресурсів. Розподіл туристичних ресурсів на групи. Взаємозв'язок груп туристичних ресурсів. Властивості туристичних ресурсів.

3.2. Природно – кліматичні туристичні ресурси.

Відокремлення груп природних ресурсів: за походженням, за видами рекреаційного використання, за швидкістю вичерпання ресурсів, за можливістю самовідновлення і культивування.

Виокремлення природних рекреаційних ресурсів: бальнеологічні, фітолікувальні, ландшафтні, кліматичні, пляжні та спелеоресурси.

3.3. Історико – культурні туристичні ресурси.

Історико – культурний потенціал, матеріальні та духовні пам'ятки народу як важливі для формування світогляду народу, для задоволення матеріальних, у тому числі туристичних потреб.

3.4. Соціально – економічні туристичні ресурси.

Групи соціально – економічних туристичних ресурсів – географічне положення, транспортна доступність, рівень економічного розвитку та добробуту суспільства, стандарти обслуговування, організація туристичного господарства, кількість зайнятих у галузі тощо. Кількісні та якісні показники зайнятості.

3.5. Інформаційні туристичні ресурси.

Інформаційні туристичні ресурси як сукупність форм і видів інформації про конкретну територію чи об'єкти, про історію території, про культуру, природу і населення, отримана туристами безпосередньо під час подорожі, у процесі підготовки до неї чи після подорожі.

Тема 4. Статистика міжнародного туризму

4.1. Історія розвитку статистики міжнародного туризму.

Статистика як наука, що обробляє і вивчає кількісні показники розвитку суспільного виробництва і життя суспільства. Статистичні дослідження ЮНВТО. Облік міжнародних відвідувачів до запропонованої ЮНВТО класифікації. Обов'язки країн – членів ЮНВТО регулярно надавати статистичні відомості про стан туризму.

4.2. Концепція статистики міжнародного туризму.

Міжнародний туризм розглядається як явище, що охоплює світовий ринок подорожей. Типи туризму, які виокремлюються туризмом чи попитом. Особливості міжнародного туризму в його економічному характері.

Основні статистичні одиниці туризму.

4.3. Статистика туристичних потоків.

Статистика міжнародного туризму, яка включає два основних розділів: статистика туристських потоків і статистика туристичних доходів і витрат. Первинні та вторинні фактори, які впливають на туристський потік. Туристичні макрорегіони, які виокремлює ЮНВТО.

4.4. Статистика туристичних доходів і витрат.

Статистика туристичних доходів і витрат – важливий розділ статистики туризму. Велике значення статистичного обліку доходів і витрат для оцінки впливу туризму на національну економіку і різні сектори туристичної індустрії.

4.5. Організація і методи статистичного обліку.

Способи збору інформації у статистиці міжнародного туризму. Проведення статистичних спостережень, вибіркових опитувань, досліджувальних тощо..

Тема 5. Основи економіки міжнародного туризму.

5.1. Принципи та проблеми.

5.2. Обмежувальні фактори.

Обмеження в попиті; обмеження в пропозиції; обмеження, що стосуються навколишнього середовища; обмеження вільного часу туриста; юридичні обмеження; обмеження через відсутність знань; обмеження через недостатність ресурсів.

5.3. Витрати.

Фактори виробництва туристичного продукту: праця, земля, капітал. Витрати перед подорожжю. Витрати поточного споживання. Витрати майбутнього споживання. Дві групи витрат: прямі та непрямі. Залежно від мети подорожі виокремлюють такі туристичні витрати: невидимі, видимі, додаткові.

5.4. Туристичний продукт.

Види тур продукту: комплексні туристичні послуги, окремі туристичні послуги, товари туристичного призначення. Основні складові тур-пакета.

5.5. Туристичне споживання.

Фактори, які впливають на ухвалення рішення: ендogenous та екзогенні. Туристичні потреби поділяють на три групи: обов'язкові, специфічні та додаткові.

5.6. Туристичні експорт та імпорт.

5.7. Інвестиції в туризм.

5.8. Коефіцієнт доходу від туризму.

Тема 6. Інформаційні технології в міжнародному туризмі.

6.1. Сутність інформації та види інформаційних технологій у туризмі.

6.2. Виникнення та еволюція комп'ютерних систем бронювання.

Сучасний стан системи Amadeus. Нові можливості системи Galileo. Інтеграція глобальних дистриб'юторських систем в Інтернеті.

6.3. Інтернет-технології в туристичному менеджменті.

Структура та властивості туристичних сайтів. Основні закордонні туристичні сайти онлайн-бронювання

Тема 7. Процеси транснаціоналізації та глобалізації в міжнародному туризмі.

7.1. Транснаціональні компанії на ринку міжнародного туризму.

Сутність ТНК та форми її існування. Функції ТНК. Теорії, що пояснюють феномен ТНК. Еклектична теорія міжнародного виробництва англійського економіста Дж. Даннинга. Еклектична, так як складається з трьох елементів: олігопольних переваг фірми, переваг локалізації (використання місцевих ресурсів і умов) і переваг інтерналізації. Особливі причини інтернаціоналізації туристичного бізнесу.

7.2. ТНК в готельному господарстві.

Інтегровані готельні ланцюги. Інтегровані готельні ланцюги, що складаються з підприємств - повноправних корпоративних членів. Франчайзинг. Найбільш відомі готельні ланцюги світу. Найбільші компанії з управління готелями. Стратегії готельних ТНК. Порівняльна характеристика стратегій готельних ТНК. Американська модель організації і управління готельним бізнесом. Європейський підхід до організації та ведення готельного справи. Азіатська модель управління готельним бізнесом. Готельні консорціуми. Найбільші готельні консорціуми в світі.

7.3. Вплив туристських ТНК на національну економіку

Вплив ТНК на економіку приймаючих країн. Трансферт технологій в ресторанному господарстві, в готельному, туроператорском та інших секторах туристської індустрії. Вплив ТНК на економіку країн базування.

7.4.. Процеси глобалізації в міжнародному туризмі.

Стратегічні альянси. Процеси глобалізації в повітряному транспорті. Провідні світові альянси авіакомпаній.

Тема 8. Туристичний потенціал України, його використання в історичному аспекті та в майбутньому

8.1. Природні ресурси України.

Різноманітність та запаси мінеральних ресурсів України. Земельні ресурси та їх структура. Розподіл земельного фонду України. Природно-кліматичні ресурси України. Водні ресурси. Ґрунти України. Рослинний і тваринний світ України.

8.2. Кліматичні, географічні, геополітичні та економічні переваги України щодо прийняття іноземних туристів.

8.3. Національна та регіональні програми розвитку туризму в Україні.

Стратегія розвитку та курортів на період до 2026 року: загальна частина; мета, стратегічні цілі та завдання Стратегії; дорожня карта та напрями реалізації Стратегії; механізми та інструменти реалізації Стратегії; моніторинг реалізації Стратегії; показники реалізації Стратегії; очікувані результати.

Розробка регіональних цільових програм. Етапи: 1) інформаційно-підготовчий; 2) розробка проекту програми; 3) науково-методичний (розробка і затвердження концептуальних положень); 4) затвердження проекту програми.

Тема 9. Перспективи розвитку світового туризму та його міжнародне регулювання

9.1. Сутність, структура та інструменти державного регулювання туризму.

Туризм як важливий фактор розвитку більшості закордонних держав.

Основні важелі державного втручання в туристичну сферу: розробка законодавчої бази; розробка антикризових програм; створення умов, які сприяють залученню інвестицій у туристичну сферу; вирівнювання економічного розвитку регіонів; координація темпів розвитку туристичної галузі; регулювання туристичних потоків.

9.2. Механізм підтримки розвитку міжнародного туризму.

Орієнтування закордонних країн у своїй політиці у сфері туризму на рекламно – інформаційну діяльність. Спрямованість рекламно – інформаційної діяльності на збільшення потоку туристів у свою країну.

Умови обґрунтування потреби державного регулювання туризму.

9.3. Правове регулювання розвитку міжнародної туристичної діяльності в різних країнах.

Провідна роль парламентських структур, туристичної адміністрації у творенні туристичного законодавства. Регламентування туристичної діяльності.

Регламентування основних сфер діяльності в туризмі на базі аналізу законодавчих актів провідних туристичних країн: Іспанія, Франція, Угорщина, Марокко, Португалія, Швейцарія тощо.

9.4. Ліцензування як форма державного регулювання туризму.

Ліцензування як найбільш оперативна форма державного регулювання. Аналіз законодавчої бази ліцензування туристичної діяльності в деяких країнах

9.5. Правова основа туристичного бізнесу в різних країнах.

Діяльність туристичних фірм закордонних країн визначається й регламентується національним законодавством.

Національні особливості правового регулювання діяльності туристичних підприємств за кордоном.

9.6. Професійні туристичні об'єднання.

Створення професійних асоціацій для спільного вирішування питань. Міжнародні асоціації й союзи, які відіграють найбільш помітну роль у туризмі.

Тема 10. Просування національного туристичного продукту на світовому ринку

10.1. Формування стратегії просування туристичних продуктів на міжнародні ринки.

Чотири ключові стадії просування туристичних продуктів: стадія діагностики зовнішнього середовища функціонування туристичної галузі, визначення пріоритетних для просування туристичних регіонів і туристичних продуктів, формування стратегії просування туристичних регіонів на міжнародні ринки, реалізація заходів з просування туристичного продукту на міжнародні ринки.

4. Порядок оцінювання результатів навчання

Система оцінювання сформованих компетентностей у студентів враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні, семінарські, практичні заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою. Відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця, контрольні заходи включають:

поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення лекційних, практичних, семінарських занять і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту скласти іспит, – 35 балів);

модульний контроль, що проводиться у формі колоквиуму як проміжний міні-екзамен з ініціативи викладача з урахуванням поточного контролю за відповідний змістовий модуль і має на меті *інтегровану* оцінку результатів навчання студента після вивчення матеріалу з логічно завершеної частини дисципліни – змістового модуля;

підсумковий/семестровий контроль, що проводиться у формі іспиту, відповідно до графіку навчального процесу.

Порядок проведення поточного оцінювання знань студентів. Оцінювання знань студента під час семінарських і практичних занять та виконання індивідуальних завдань проводиться за такими критеріями:

розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;

ступінь засвоєння фактичного матеріалу навчальної дисципліни; ознайомлення з рекомендованою літературою, а також із сучасною літературою з питань, що розглядаються; вміння поєднувати теорію з практикою при розгляді виробничих ситуацій, розв'язанні задач, проведенні розрахунків у процесі виконання індивідуальних завдань та завдань, винесених на розгляд в аудиторії; логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і при виступах в аудиторії, вміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки; арифметична правильність виконання розрахункових завдань; самостійність виконання роботи; грамотність подачі матеріалу; використання методів порівняння, узагальнення понять та явищ; оформлення роботи.

Загальними критеріями, за якими здійснюється оцінювання позааудиторної самостійної роботи студентів, є: глибина і міцність знань, рівень мислення, вміння систематизувати знання за окремими темами, вміння робити обґрунтовані висновки, володіння категорійним апаратом, навички і прийоми виконання практичних завдань, вміння знаходити необхідну інформацію, здійснювати її систематизацію та обробку, самореалізація на практичних та семінарських заняттях.

Підсумковий контроль знань та компетентностей студентів з навчальної дисципліни здійснюється на підставі проведення заліку, завданням якого є перевірка розуміння студентом програмного матеріалу в цілому, логіки та взаємозв'язків між окремими розділами, здатності творчого використання накопичених знань, вміння формулювати своє ставлення до певної проблеми навчальної дисципліни тощо.

Студента слід **вважати атестованим**, якщо сума балів, одержаних за результатами підсумкової/семестрової перевірки успішності, дорівнює 100. Мінімально можлива кількість балів за поточний і модульний контроль упродовж семестру – 60.

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни розраховується з урахуванням балів, отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою. Сумарний результат у балах за семестр складає: "60 і більше балів – зараховано", "59 і менше балів – не зараховано" та заноситься у залікову "Відомість обліку успішності" навчальної дисципліни.

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D		
60 – 63	E	задовільно	
35 – 59	FX	незадовільно	не зараховано
1 – 34	F		

Розподіл балів за тижнями

Теми змістовного модулю		Лекції (активна робота)	Практичні заняття	Завдання за темами	Презентація (доповідь)	Компетентнісно-орієнтовані завдання	Письмові контрольні роботи	Іспит	S
Тема 1	1 тиждень	1	1	3					5
Тема 2	3 тиждень	1	1		3				5
Тема 3	5 тиждень	1	1		4				6
Тема 4	7 тиждень	1	1	2					4
Тема 5	9 тиждень	1	1	2			5		9
Тема 6	10 тиждень	1							1
	11 тиждень		1		4				5
Тема 7	11 тиждень	1							1
	12 тиждень		1	2		2			5
Тема 8	13 тиждень	1	1		4				6
Тема 9	14 тиждень	1	1		4				6
Тема 10	15 тиждень	1	1				5		7
Екзамен								40	40
S		10	10	8	7	6	10	40	100

5. Рекомендована література

5.1. Основна

1. Закон України «Про туризм» // Урядовий кур'єр. - 1995. - 15 жовтня.
2. Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебник. - М. : КноРус, 2010. - 464 с.
3. Биржаков М.Б., Никифоров В.И. Большой Глоссарий терминов международного туризма. - М.: Герда, невольский фонд, 2006. - 936 с.
4. Борисов К.Г. Международный туризм и право : учеб. пособие. - М. : Издательство «НИМП», 1999.
5. Вавилова Е.В. Основы международного туризма. - М.: Гардарики, 2005. - 160 с.
6. Великочий В.С., Дутчак О.І., Шекеринець В.В. Міжнародний туризм: навчальний посібник для студентів спеціальності 8.14010301 «Туризмознавство»/ Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника – Івано-Франківськ: Видавець Кушнір Г.М., 2015. – 254 с.
7. Воскресенский В.Ю. Международный туризм. - М.: Юнити-Дана, 2008. - 464 с.
8. Квартальнов В.А., Романов А.А. Международный туризм: политика развития : учеб. пособие. -М. : Советский спорт, 1998.
9. Можаяева Н., Богинская Е., Мазурина О. Организация международного туризма : учеб. пособие. - М. : Гардарики, 2008. - 256 с.
10. Пузакова Е.П. Международный туристический бизнес. - М.: Издательство «ПРИОР», 2001.
11. Сенин В.С. Организация международного туризма: учебник. - М. : Финансы и статистика, 2005. - 400 с

5.2. Додаткова

12. Квартальнов В.А. Туризм : учебник. - М. : Финансы и статистика, 2002.

13. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм : учебник для вузов / пер. с англ. под ред. Р.Б. Ноздревой. - М. : ЮНИТИ, 1998.
14. Манильская декларация по мировому туризму // Материалы Всемирной конференции по туризму. - Мадрид, 1991.
15. Романов А. Зарубежное туристическое страноведение. - М. : Советский спорт, 2001.
16. Севастьянов Д.В. Основы страноведения и международного туризма. - М. : Академия, 2008.-272 с.
17. Уваров В.Д., Борисов К.Г. Международные туристские организации : справочник. - М. : Международные отношения, 1990.
18. Щербакова С.А. Международный туризм: Экономика и география. - М. : Финансы и статистика, 2007. - 144 с.
19. Экономика и организация туризма. Международный туризм : учебное пособие - М : КноРус, 2010.- 576 с.
20. Tourism Highlights 2009. Publications Unit, CapitaIn Haya, 42-28020.