

**Тематика курсових робіт з дисциплін:
Орієнтовна тематика курсових робіт
з Географії туризму**

1. Туризм як соціально-економічна система.
2. Видова та демографічна структура туризму. Перспективні напрямки розвитку туризму.
3. Основні показники розвитку туризму. Соціальні та економічні показники розвитку туризму.
4. Туристичний потенціал території. Методологічні підходи до комплексної оцінки туристичного потенціалу території.
5. Методи збору географічної інформації.
6. Туристичні потоки. Географія туристичних потоків.
7. Туристичні доходи. Географія туристичних доходів.
8. Туристичні витрати. Географія туристичних витрат.
9. Сутність і характеристика туристичного попиту.
10. Поняття «індустрія туризму». Складові індустрії туризму.
11. Теорія периферії в розвитку туризму.
12. Теорія циклів еволюції туристичного простору.
13. Теорія двох туристичних секторів.
14. Модель сприйняття туристичного простору.
15. Географія основних видів туризму: рекреаційний туризм.
16. Географія основних видів туризму: діловий туризм.
17. Географія основних видів туризму: релігійно-паломницький туризм.
18. Географія основних видів туризму: сентиментальний туризм.
19. Географія основних видів туризму: сільський зелений туризм.
20. Формування туристичної привабливості території

Орієнтовна тематика курсових робіт

«Рекреаційні комплекси світу»

1. Поняття «рекреація». Функції рекреації.
2. Структура загального фонду часу. Вільний час.

3. Фази розвитку концепції вільного часу.
4. Комплекси і системи. Співвідношення понять «комплекс» – «система». Рекреаційний комплекс.
5. Рекреаційний комплекс. Структура рекреаційного комплексу.
6. Функціональна структура рекреаційного комплексу.
7. Туристичний кластер. Функціональні види туристичних кластерів.
8. Організація рекреаційних комплексів.
9. Загальні засади районування. Співвідношення понять «регіон» – «район».
10. Теорія «регіоналізації». Інтегральна і спеціальна (комплексна) спеціалізація.
11. Рекреаційне районування. Рекреаційні райони. Рекреаційно переважальні та рекреаційно недостатні райони.
12. Характеристика Причорноморського мезорайону.
13. Характеристика Середземноморського мезорайону.
14. Характеристика Скандинавського мезорайону.
15. Характеристика Східного мезорайону Азії.
16. Харатеристика Північноамериканського макрорайону.
17. Характеристика Центральноамериканського та Карибського макрорайонів.
18. Характеристика Північно-Африканського (Південносередземноморського) мезорайону.
19. Характеристика Австралійсько-Океанійського та Антарктичного макрорайонів.
20. Антарктичний туризм. Розвиток антарктичного туризму в Україні. Станція «Академік Вернадський».

Орієнтовна тематика курсових робіт

«Туристичне країнознавство»

1. Національна держава в умовах глобалізації.
2. Туризм як прояв і чинник глобалізації сучасного світу.
3. Парадигма туризму XXI ст.

4. Теорії та концепції держав.
5. Закономірності і принципи країнознавства.
6. Політична карта світу.
7. Етапи формування політичної карти світу.
8. Держава та країна.
9. Форми правління й адміністративно-територіального устрою країн.
10. Геополітика та геостратегія.
11. Розвиток туризму в країнах Західної Європи.
12. Розвиток туризму в країнах Східної Європи.
13. Розвиток туризму в країнах Центральної Європи.
14. Розвиток туризму в країнах Північної Європи.
15. Розвиток туризму в країнах Південної Європи.
16. Розвиток туризму в країнах Азії.
17. Розвиток туризму в країнах Африки.
18. Розвиток туризму в країнах Північної Америки.
19. Розвиток туризму в країнах Південної Америки.
20. Розвиток туризму в Австралії.

«Менеджмент у туризмі», «Маркетинг у туризмі»

1. Маркетингові дослідження туристичного продукту.
2. Цінова політика туристичних підприємств.
3. Маркетингові дослідження конкурентного середовища у сфері туризму.
4. Застосування сучасних комунікацій при роботі з цільовими аудиторіями у туризмі.
5. Особливості збутової стратегії туристичного підприємства.
6. Інтернет як посередник у просуванні туристичного продукту.
7. Механізми ціноутворення на ринку туристичних продуктів.
8. Розробка рекламної кампанії як складова організації збуту в туризмі
9. Міжнародна маркетингова діяльність на ринку туристичних послуг.
10. Маркетингова комунікаційна політика підприємств туристичної галузі, орієнтованого на зовнішній ринок.
11. Сучасні методи та інструменти збору даних у маркетингових дослідженнях.
12. Інформаційні технології у маркетингових дослідженнях.
13. Маркетингові дослідження в мережі Інтернет.
14. Маркетингова розвідка: цілі, джерела і методи одержання інформації.
15. Еволюція e-mail-маркетингу.

16. Аналіз маркетингової діяльності підприємства індустрії гостинності.
17. Управління персоналом в туристичних закладах.
18. Інноваційні методи менеджменту і прийняття управлінських рішень в туризмі.
19. Інформаційні технології в управлінні туристичним підприємством.
20. Мотивування працівників туристичної фірми.
21. Модель формування корпоративної культури підприємств туристичної індустрії.
22. Сутність та роль менеджменту на різних рівнях управління сучасною туристичною фірмою.
23. Економічні методи менеджменту і їх застосування на практиці туристичною фірмою.
24. Застосування системи самоменеджменту на сучасному туристичному підприємстві.
25. Управління персоналом туристичного підприємства.
26. Удосконалення процесів менеджменту на туристичному підприємстві.
27. Економіко-організаційний зміст планування в менеджменті туристичної організації.
28. Концептуальні засади менеджменту якості в сфері туризму.
29. Технології обслуговування клієнтів туристичного підприємства.
30. Менеджер, його місце і роль на туристичному підприємстві.

«Туроперейтинг»

1. Рецептна туроператорська фірма як основний виробник специфічного туристського продукту України.
2. Монопрофільні та багатопрофільні туристські оператори українського ринку.
3. Провідні туристські оператори вітчизняного ринку (туристські компанії) як інноваційні бренди України.
4. Аналіз туристського продукту провідних туроператорів, що формують масові тури українців до Туреччини, Єгипту, Таїланду, ОАЄ, Греції.
5. Аналіз основних маршрутних карт, що пропонувані туроператорами на ринку для масового відпочинку українських туристів у Туреччині, Єгипті, Таїланді, ОАЄ, Греції.
6. Аналіз туристського продукту провідних туроператорів, що формують масові екскурсійні тури українців до Західної Європи, на прикладі Франції, Італії, Австрії; Німеччини.
7. Аналіз основних маршрутних карт, що пропонувані туроператорами на ринку екскурсійного туризму для українських туристів до Парижу, Відню, Лондону, США.
8. Аналіз туристського продукту провідних туроператорів, що організують прийом іноземних туристів в Україні, обслуговування їх за традиційними маршрутами.

9. Аналіз основних маршрутів, що пропонувані українськими туроператорами на ринку екскурсійного туризму для іноземних туристів на прикладі міст Києва, Львова, Одеси, Ялти.
10. Провідні українські інсайдингові туроператори, характеристика, сучасні потреби, просування та реалізація .
11. Дослідження туристського продукту провідних українських туроператорів, що формують масові тури до Криму та Карпат.
12. Аналіз комп'ютерних систем резервування CRS авіаквитків, готелів та туристських послуг, що використовують на українському ринку (GDS Amadeus, Galileo).
13. Аналіз провідних українських туроператорів, що спеціалізуються на круїзному та річковому туризмі.
14. PR – акції у туроперейтингу під час просування туристичного продукту на вітчизняному ринку.
15. Провідні українські інкамінгові туроператори, характеристика, сучасні потреби, просування та реалізація
16. Промоушн-інструменти туроперейтингу туристичного ринку України.
17. Оцінка переваг та недоліків web-сайтів українських та зарубіжних туроператорів.
18. Централізована автоматизація документообігу, відділу продажів і маркетингу в туроперейтингу (S&C, OPERA PMS і OPERA RS)
19. Порівняльна характеристика популярних глобальних мереж обчислювальних і комунікаційних технологій телекомунікаційних комплексів у туроперейтингу.
20. Технологія розробки, просування та збуту замовного туристичного продукту українського туроперейтинга на туристичному ринку.