

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КАМ'ЯНЕЦЬ-ПОДІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ
ІВАНА ОГІЄНКА
Економічний факультет**

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

ДІЛОВИЙ ТУРИЗМ

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
до практичних та семінарських занять
для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 242 «Туризм»
денної та заочної форм навчання



Кам'янець-Подільський, 2020

УДК 004.896:631.3:331.4:378.147.88(07)
М 29

Рецензенти:

Баженова С.Е., доктор історичних наук, професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка

Славіна Н.А., кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту, публічного управління та адміністрування Подільського державного аграрно-технічного університету, директор туристичної агенції «Квитки у літо», м. Кам'янець-Подільський

Рекомендовано до друку науково-методичною радою
Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка

Марусей Т.В.

М 29 **Діловий туризм: методичні рекомендації до практичних та семінарських занять для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 242 «Туризм» денної та заочної форм навчання; доп. – Кам'янець-Подільський: К-ПНУ, 2020. – 46 с.**

УДК 004.896:631.3:331.4:378.147.88(07)

@ Марусей Т.В., 2020

ЗМІСТ

Вступ.....	4
<i>Практичне заняття на тему: Характеристика та сутність ділового туризму....</i>	<i>6</i>
<i>Практичне заняття на тему: Особливості підготовки і організації політичного ділового заходу.....</i>	<i>9</i>
<i>Практичне заняття на тему: Особливості організації і проведення наукових ділових заходів.....</i>	<i>12</i>
<i>Аналітично-розрахункові завдання.....</i>	<i>14</i>
<i>Практичне заняття на тему: Організація і проведення комерційних ділових заходів.....</i>	<i>16</i>
<i>Практичне заняття на тему: Особливості обслуговування ділових туристів готельними підприємствами.....</i>	<i>20</i>
<i>Аналітично-розрахункові завдання.....</i>	<i>21</i>
<i>Практичне заняття на тему: Особливості спілкування з діловими партнерами.....</i>	<i>22</i>
<i>Практичне заняття на тему: Аналіз досвіду організації ділового туризму в різних країнах.....</i>	<i>24</i>
<i>Аналітично-розрахункові завдання.....</i>	<i>26</i>
<i>Практичне заняття на тему: Міжнародні і національні туристичні організації.....</i>	<i>29</i>
<i>Глосарій основних термінів.....</i>	<i>31</i>
<i>Список рекомендованих джерел.....</i>	<i>38</i>
<i>Додаток А. Сайти готельних мереж.....</i>	<i>44</i>
<i>Додаток Б. Асоціації індустрії ділового туризму.....</i>	<i>45</i>

ВСТУП

В Україні на сьогоднішній день вже відбулося усвідомлення важливості розвитку туризму як одного з ефективних засобів відродження національної економіки завдяки здатності цього сектора забезпечувати значні валютні надходження, створювати значну кількість нових робочих місць та іншим перевагам.

Сьогодні діловий туризм – один із провідних і динамічно розвинених видів світового туристського бізнесу. У державних програмах розвитку економіки багатьох країн він стоїть на пріоритетних місцях.

Вітчизняні традиції ділового туризму тільки зароджуються, а інфраструктура практично відсутня. Проте в останні роки спостерігається тенденція до стабілізації економіки, повільне, але неухильне зростання іноземних інвестицій, прогрес у розвитку ділових і партнерських відносин із зовнішнім світом, вихід країни з глибокої політичної кризи – усе це вселяє оптимізм і змушує задумуватися про створення в нашій країні цивілізованого ринку ділового туризму. Розвиток ділового туризму вимагає більш ретельного дослідження всіх його аспектів.

Метою даних методичних вказівок є допомога студентам в засвоєнні теоретичного матеріалу із засад ділового туризму, особливостей організації ділових заходів, функціонування інфраструктури ділового туризму та організації обслуговування ділових туристів готельними, туристськими та іншими підприємствами сфери послуг й набути практичні навички та уміння, що забезпечать конкурентоспроможність готельних і туристських закладів, які спеціалізуються на діловому туризмі.

Інформаційною базою для виконання практичних завдань є законодавчі й нормативно-правові акти України й UNWTO; дані Держкомстату України і обласних управлінь статистики; статистичні, інформаційно-аналітичні та нормативно-методичні матеріали Державної туристичної адміністрації України, Державної служби туризму і курортів, Управлінь житлово-комунального господарства обласних державних адміністрацій, матеріали міжнародних

конференцій, каталоги готелів, рекламні проспекти, прес-релізи, корпоративні звіти та інші документи готельних підприємств, матеріали з мережі Інтернет, публікації у вітчизняній і закордонній періодичній пресі.

Вивчення дисципліни «Діловий туризм» передбачає засвоєння навчального матеріалу у вільний від аудиторних занять час у формі самостійної та індивідуальної роботи, призначеної формувати практичні навички роботи студентів із спеціальною літературою, орієнтувати їх на інтенсивну роботу, критичне осмислення здобутих знань і засвоєння основних положень із теоретичних засад ділового туризму, особливості організації ділових зустрічей, функціонування інфраструктури ділового туризму й організації обслуговування ділових туристів готельними, туристськими та іншими організаціями сфери послуг і набуття практичних навичок використання цих знань для прийняття управлінських рішень щодо підвищення ефективності діяльності підприємств ділового туризму та вмінь, що забезпечать конкурентоспроможність готельних і туристських закладів, які спеціалізуються на діловому туризмі.

Самостійну роботу над засвоєнням навчального матеріалу з дисципліни можна виконувати в бібліотеці, навчальних кабінетах та лабораторіях, в домашніх умовах. Раціональна організація самостійної роботи вимагає від студента умілого розподілу свого часу між аудиторною і позааудиторною роботою. Виконання завдань із самостійної та індивідуальної роботи є обов'язковим для кожного студента. Методичні вказівки містять аналітичні завдання з основних тем курсу, зокрема на базі даних UNWTO, Держкомстату України і обласних управлінь статистики; статистичних, інформаційно-аналітичних та нормативно-методичні матеріалів Державної туристичної адміністрації України, Державної служби туризму і курортів, запитання і завдання для самостійної та індивідуальної роботи студентів, для контролю знань студентів на практичних заняттях.

Практичне заняття на тему:
Характеристика та сутність ділового туризму
Семінар – розгорнута бесіда

План заняття:

1. Поняття ділового туризму.
2. Класифікація ділового туризму.
3. Значення ділового туризму.
4. Історія і сучасні тенденції ділового туризму.

Рекомендовані терміни для укладання термінологічного словника: tourism, travel, Business travel, business travel, MICE, meetings, incentives, conferences, congress, exhibitions, events, туризм, подорож, поїздка, діловий туризм, відрядження.

Дати відповідь на наступні питання (ситуаційні завдання)

1. Назвіть і охарактеризуйте основні міжнародні Business Travel асоціації і професійні спілки. Розкрийте їх значення для розвитку ділового туризму.
2. Розкрийте значення використання електронних баз даних, інформаційних електронних видань і інформаційних сайтів для функціонування і розвитку ділового туризму.
3. Які особливості необхідно враховувати при спілкуванні з іноземними партнерами з: США, Великобританії, Франції, Німеччини, Італії, Іспанії, Ірландії, Португалії, Голландії, Греції, Китаю, Японії, Кореї, Мусульманські країни і країни Близького й Середнього Сходу, інших країн.
4. Кар'єра співробітника на туристичному підприємстві будується на основі бажання самого працівника реалізувати свій власний професійний потенціал та зацікавленості підприємства в просуванні саме цього співробітника. Вказати, з яких елементів складається процес планування ділової кар'єри на підприємстві. Назвати показники, що використовуються для оцінки ефективності управління діловою кар'єрою співробітника.

5. Розкрити роль ділового туризму у міжнародному, внутрішньому й іноземному туризмі в Україні.

Практичні завдання.

Завдання 1. Які існують підходи до класифікації туризму? (за напрямом туристського потоку; за географічною ознакою; за метою подорожі).

Завдання 2. Які складові класифікації туризму за метою подорожі? (рекреаційний туризм, лікувально-оздоровчий туризм, пізнавальний туризм (екскурсійний), спортивний туризм, етнічний, релігійний).

Завдання 3. Проаналізувати перспективи розвитку ділового туризму до 2022 р. (за рахунок збільшення обігу даного сектору, кількості міжнародних ділових поїздок тощо).

Контрольні запитання:

1. Розкрийте сутність понять «Business travel», «business travel», «туризм», «подорож», «поїздка», «діловий туризм».
2. Охарактеризуйте діловий туризм як складову туризму.
3. Розкрийте особливості ділового туризму.
4. Назвіть і охарактеризуйте основні етапи розвитку ділового туризму.
5. Назвіть і охарактеризуйте основні підсистеми ділового туризму.
6. Як класифікується діловий туризм?
7. Охарактеризуйте політичну компоненту ділового туризму.
8. Охарактеризуйте наукову компоненту ділового туризму.
9. Охарактеризуйте комерційну компоненту ділового туризму.
10. Охарактеризуйте професійну компоненту ділового туризму.
11. Охарактеризуйте суспільну компоненту ділового туризму.
11. Розшифруйте англійський термін-аббревіатуру MICE, що відображає структуру ділового туризму, який доволі часто використовують фахівці замість терміну Business Travel.
12. У чому полягає значення ділового туризму?

13. Які тенденції притаманні сучасному стану ділового туризму?

14. Які перспективи розвитку цього виду туризму в світі і в Україні?

Практичне заняття на тему:
Особливості підготовки і організації політичного ділового заходу
Семинар запитань і відповідь

План заняття:

1. Сутність політичних ділових заходів та особливостями їх організації і проведення.
2. Особливості організації і проведення державного візиту.
3. Особливості організації і проведення офіційного візиту.
4. Правила і процедури проведення конференцій.

Рекомендовані терміни для укладання термінологічного словника: візит, державний візит, офіційний візит, робочий візит, візит проїздом, конференція, конгрес.

1. *Розгорнуте обговорення у формі бесіди основних положень теми та питань самостійного вивчення:*

1. Обґрунтуйте пріоритетні напрямки розвитку туризму на прикладі окремого регіону (за вибором). Охарактеризуйте, які передумови для цього має обраний регіон. Чи є перспективним для обраного регіону діловий туризм? Які є умови і перешкоджання для його розвитку в регіоні?
2. Розкрити роль ділового туризму у міжнародному, внутрішньому й іноземному туризмі в Україні.
3. Дати системну оцінку стану та обґрунтування напрямів удосконалення сучасних виставково-ярмаркових заходів.
4. Охарактеризувати діяльність вітчизняних туроператорів, які спеціалізуються на діловому туризмі.
5. Описати процедуру підготовки й організації ділового заходу на прикладі ділового засідання.

Практичні завдання.

Завдання 1. Які візити, виходячи з характеру прийому існують? Дати характеристику.

Завдання 2. Охарактеризуйте особливості організації і проведення офіційного візиту.

Завдання 3. Що таке візит проїздом? В чому полягають особливості організації і проведення таких візитів?

Завдання 4. Перелічіть аспекти, що регламентуються правилами процедури конференцій.

Завдання 5. Розкрийте сутність терміну «конгрес» та коротко охарактеризуйте особливості цього політичного ділового заходу.

Контрольні запитання:

1. Назвіть основні види політичних заходів у діловому туризмі та коротко охарактеризуйте їх.
2. Розкрийте сутність терміну «візит». Які види візитів, виходячи з характеру прийому, існують?
3. Охарактеризуйте особливості організації і проведення державного візиту.
4. Охарактеризуйте особливості організації і проведення офіційного візиту.
5. Які візити належать до робочих? Коротко розкрийте особливості їх організації і проведення.
6. Які візити належать до неофіційних? У чому полягають особливості їх організації і проведення?
7. Що таке візит проїздом? У чому полягають особливості організації і проведення таких візитів?
8. Розкрийте сутність терміну «конференція». За якими критеріями класифікують політичні конференції?
9. Перелічіть аспекти, що регламентуються правилами процедури конференцій.

10. Розкрийте сутність терміну «конгрес» та коротко охарактеризуйте особливості цього політичного ділового заходу.

Практичне заняття на тему:
Особливості організації і проведення наукових ділових заходів
Семінар – дискусія

План заняття:

1. Види і типи наукових ділових заходів.
2. Особливості організації і проведення наукових ділових заходів.
3. Організація харчування учасників наукових ділових заходів.

Рекомендовані терміни для укладання термінологічного словника: наука, функції науки, наукові знання, класифікація наук, організація науки, поняття, термін, категорія, принцип, об'єкти наукових економічних досліджень, науково-технічна діяльність, наукове дослідження, науковий напрямок, конгрес, конференція, семінар, симпозіум, форум.

1. Розгорнуте обговорення у формі бесіди основних положень теми та питань самостійного вивчення:

1. Назвіть основні види наукових заходів в діловому туризмі та коротко охарактеризуйте їх.
2. Розкрийте сутність терміну «конференція». За якими критеріями класифікують конференції?
3. Які види семінарів існують? Дайте характеристику одному з них.
4. В чому полягають особливості організації і проведення такої форми ділового заходу як форум?
5. Як найчастіше планується наукових діловий захід в часовому аспекті?

Практичні завдання.

Завдання 1. Які статті містить кошторис організації і проведення наукової конференції?

Завдання 2. Назвіть та охарактеризуйте заходи, які необхідно провести в ході попередньої підготовки проведення наукового ділового заходу.

Завдання 3. Назвіть заходи, які необхідно провести в ході підбиття підсумків проведення наукового ділового заходу?

Завдання 4. Назвіть заходи, які необхідно провести в ході підбиття підсумків проведення наукового ділового заходу.

Завдання 5. Особливості організації харчування учасників наукових ділових заходів.

Контрольні запитання:

1. Назвіть основні види наукових заходів у діловому туризмі та коротко охарактеризуйте їх.
2. Розкрийте сутність терміну «семінар». Які види семінарів існують?
3. Розкрийте сутність терміну «конференція». За якими критеріями класифікують конференції?
4. Розкрийте сутність терміну «конгрес».
5. Розкрийте сутність терміну «симпозіум».
6. Розкрийте сутність терміну «форум».
7. Охарактеризуйте типову процедуру підготовки і проведення конференцій.
8. Як найчастіше планується науковий діловий захід у часовому аспекті?
9. Які статті містить кошторис організації і проведення конференції?
10. Назвіть заходи, які необхідно провести в ході попередньої підготовки проведення наукового ділового заходу.
11. Назвіть заходи, які необхідно вжити в ході проведення наукового ділового заходу.
12. Назвіть заходи, які необхідно провести в ході підбиття підсумків проведення наукового ділового заходу.

АНАЛІТИЧНО-РОЗРАХУНКОВІ ЗАВДАННЯ

до теми: «Особливості організації і проведення наукових ділових заходів»

Завдання 1. За статистичними даними Держкомстату України охарактеризуйте й проаналізуйте сучасні тенденції і структуру наукової діяльності країни. Дані подати у вигляді таблиці 1. Зробіть висновки щодо сучасних тенденцій організації наукової діяльності та перспектив організації наукових ділових заходів в Україні.

Таблиця 1 – Показники наукової діяльності України

Показник	Рік				Показники динаміки
	t1	t2	...	tn	
Кількість вищих навчальних закладів					
I-II рівнів акредитації					
III-IV рівнів акредитації					
Кількість організації, які виконують наукові дослідження й розробки					
Чисельність науковців, осіб					
Кількість проведених наукових заходів					

Завдання 2. Складіть перелік основних підприємств та закладів регіону, які є реальними та потенційними організаторами й учасниками наукових ділових заходів. Інформацію подати у вигляді таблиці 2. Зробіть висновки щодо можливостей організації ділових заходів наукового характеру в регіоні з точки зору організаторів й учасників.

Таблиця 2 – Основні організатори й учасники наукових ділових заходів у регіоні

Тип закладу	Місце розташування	Додаткова інформація
Наукові установи		
1.		
2.		
...		
n		
Вищі навчальні заклади		
1.		
2.		
...		
n		
Інші		
1.		
2.		
...		
n		

Завдання 3. Складіть перелік основних реальних та потенційних місць проведення наукових ділових заходів у регіоні. Інформацію подати у вигляді таблиці 3. Зробіть висновки щодо можливостей організації ділових заходів наукового характеру в регіоні з точки зору місця проведення.

Таблиця 3 – Основні місця проведення наукових ділових заходів у регіоні

Місце проведення	Місце розташування	Тип закладу	Можлива ємкість (кількість потенційних учасників)	Додаткова інформація
1.				
2.				
...				
n				

Завдання 4. Складіть меню й кошторис організації кави-брейк, за умови, що в діловому заході беруть участь:

- 1 варіант: 10 осіб;
- 2 варіант: 20 осіб;
- 3 варіант: 25 осіб;
- 4 варіант: 30 осіб;
- 5 варіант: 50 осіб.

Практичне заняття на тему:
Організація і проведення комерційних ділових заходів

Семінар – бесіда

План заняття:

1. Загальна характеристика комерційних ділових заходів.
2. Організація і проведення комерційних ділових заходів.
3. Класифікація комерційних ділових заходів.
4. Робота в ході функціонування заходу.
5. Засоби оформлення стендів і методи показу експозиції.

Рекомендовані терміни для укладання термінологічного словника: Виставка, ярмарок, виставково-ярмаркові заходи, експонат, експонент, стенд, виставкова площа, павільйон.

1. Розгорнуте обговорення у формі бесіди основних положень теми та питань самостійного вивчення:

1. Як класифікують виставково-ярмаркові заходи за метою проведення? Наведіть приклади.
2. Як класифікують виставково-ярмаркові заходи за частотою проведення? Наведіть приклади.
3. Як класифікують виставково-ярмаркові заходи за характером пропозиції експонатів? Наведіть приклади.
4. Як класифікують виставково-ярмаркові заходи за складом учасників?
5. Назвіть заходи, які необхідно провести в ході підбиття підсумків проведення комерційних ділових заходів?

2. Практичні завдання.

Завдання 1. Охарактеризувати сутність книжкової виставки як складової соціальних комунікацій, як інструменту формування читацької культури. Які можливості закладені в книжковій виставці з точки зору культурного обміну?

Завдання 2. Охарактеризувати суб'єктів виставкової діяльності (організаторів, учасників, відвідувачів).

Завдання 3. Розробити проект проведення виставки (книжкової, літературної тощо) в умовах діяльності вищого навчального закладу дотримуючись алгоритму (вибір формату та масштабу виставки, аналіз запланованого фонду пам'яток, творів; характеристика цільової аудиторії, термін проведення, проектування експозиції).

Завдання 4. Вибрати з переліку типових помилок при організації виставки, яких допускаються організатори (не визначені цілі виставки, не врахований характер, не визначена цільова аудиторія, не передбачений зворотній зв'язок з відвідувачами виставки тощо).

Завдання 5. Наскільки повно відповідає стенд виставки її цілям та завданням?

Контрольні запитання:

1. Назвіть основні види комерційних заходів у діловому туризмі та коротко охарактеризуйте їх.
2. Розкрийте сутність терміну «виставка».
3. Розкрийте сутність терміну «ярмарок».
4. Як класифікують виставково-ярмаркові заходи за метою проведення? Наведіть приклади.
5. Як класифікують виставково-ярмаркові заходи за частотою проведення? Наведіть приклади.
6. Як класифікують виставково-ярмаркові заходи за характером пропозиції експонатів? Наведіть приклади.
7. Як класифікують виставково-ярмаркові заходи за складом учасників? Наведіть приклади.
8. Назвіть, які етапи виділяють науковці у процедурі підготовки і проведення виставково-ярмаркових заходів.

9. Які статті містить кошторис організації і проведення виставково-ярмаркових заходів?
10. Назвіть заходи, які необхідно провести в ході попередньої підготовки проведення виставково-ярмаркових заходів?
11. Назвіть заходи, які необхідно взяти в ході функціонування виставково-ярмаркових заходів?
12. Назвіть заходи, які необхідно провести в ході підбиття підсумків проведення комерційних ділових заходів?

Практичне заняття на тему:
Особливості обслуговування ділових туристів готельними підприємствами

План заняття:

Семінар – тренінг

1. Характеристика і особливості ділових туристів.
2. Значення ділових заходів для готелів.
3. Необхідні умови, що впливають на вибір готелю.

Рекомендовані терміни для укладання термінологічного словника: *суб'єкти ринку ділового туризму, готельна індустрія, готельний заклад, туристська фірма, туристське підприємство, туроператор, турагент, тур, діловий тур, діловий сегмент.*

1. Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми та питаннями самостійного вивчення:

1. Особливості розвитку готельної справи в Україні: історичний аспект.
2. Проаналізувати кількість готелів по областях, охарактеризувати процеси, які відбувалися у готельному господарстві з 1991 р.
3. Яка сьогодні забезпеченість готелями в Україні? Навести дані й приклади.
4. Готелі загальнодержавної і комунальної власності в Україні: порівняльний аналіз.
5. Характеристика готелів з іноземним капіталом в Україні.

2. Практичні завдання.

Завдання 1. Проаналізувати структуру готельного господарства України за типами (готелі, мотелі, готельно-офісні центри, кемпінги, молодіжні турбази і гірські притулки, гуртожитки для приїжджих, інші місця тимчасового проживання).

Завдання 2. Проаналізувати роботу Асоціації готельних об'єднань і готелів міст України.

Завдання 3. Проаналізувати роботу готелів підвищеної категорії України (на прикладі двох) 3 – 5 зірок.

Завдання 4. Критерії класифікації готельних підприємств за рівнем комфорту.

Завдання 5. Система категоризації готелів.

Контрольні запитання:

1. Назвіть основних суб'єктів ринку ділового туризму.
2. Охарактеризуйте, яке місце займає готельна індустрія на ринку туризму в цілому і на ринку ділового туризму зокрема.
3. Розкрийте значення організації обслуговування ділових заходів для українських готельних підприємств.
4. Які умови впливають на вибір готелю під час проведення ділових заходів?
5. Чи існують істотні відмінності в обслуговуванні ділових туристів і туристів, що подорожують з метою відпочинку? Якщо так, то в чому вони полягають?
6. Охарактеризуйте основні вимоги ділових туристів до готелів і готельних номерів.
7. Назвіть основні показники, що характеризують функціонування готельної індустрії. Охарактеризуйте сучасний стан світового і вітчизняного ринку готельних послуг. Які тенденції спостерігаються останнім часом? Чи є Україна привабливим готельним ринком для обслуговування ділового туризму?
8. У чому полягають особливості обслуговування ділового туризму туристськими фірмами?
9. Назвіть основні туристські підприємства регіону, якщо такі є, які займаються організацією ділових подорожей.

Аналітично-розрахункові завдання
до теми «Особливості обслуговування ділових туристів готельними підприємствами»

Завдання 1. Охарактеризуйте декілька бізнес-центрів регіону.
Інформацію подати у вигляді таблиці 1.

Таблиця 1 – Характеристика бізнес-центру _____

Показник	Характеристика
Тип приміщень	
Клас	
Рік будівництва	
Розташування	
Найближчі станції метро	
Найближчі автомагістралі	
Найближчі банки	
Відстань до органів законодавчої і виконавчої влади, державних установ	
Зона комфорту	
Паркування	
Оренда офісних приміщень	
Архітектура	
Тип планування	
Технічне обладнання	
Телекомунікаційне обладнання	
Безпека	

Завдання 2. Зобразіть схематично відповідні варіанти організації простору та розміщення меблів для проведення ділових заходів:

- а) театр;
- б) класна кімната;
- в) зал нарад;
- г) П-тип, (U-тип);
- д) прийом, коктейль, фуршет;
- е) банкет.

Практичне заняття на тему:
Особливості спілкування з діловими партнерами
Семінар – обговорення проблемних питань

План заняття:

1. Спілкування з іноземними партнерами.
2. Візитні картки. Стандарти візитної картки.
3. Ділові подарунки. Особливості вибору ділових подарунків.
4. Особливості етикету вручення й отримання ділових подарунків.

Рекомендовані терміни для укладання термінологічного словника: етикет, діловий етикет, візитна картка, діловий подарунок.

1. Розгорнуте обговорення у формі бесіди основних положень теми та питань самостійного вивчення:

1. Дотримання моральних норм у діловому спілкуванні.
2. Ділове спілкування як специфічна форма контактів і взаємодії людей, які представляють певну організацію.
3. Ефективне ділове спілкування як пошук спільного рішення.
4. Техніка «живого контакту».
5. Важливість використання особливих інструментів ділового спілкування – комунікаційних ефектів.

2. Практичні завдання.

Завдання 1. Поясніть положення ділового етикету, яке звучить: «Не розділяй слово і справу». Тут зафіксоване наступне: «Ділова людина вважається діловою, якщо вміє дотримувати слова, тобто виконувати свої обіцянки й поручительства. При діловому спілкуванні не можна довільно користуватися значеннями слів. На переговорах переважно обходитися словами із чітко вираженим змістом, що не мають різночитань. Мова брокера не повинна бути незрозуміла й тим більше груба. Вульгарна мова викликає в співрозмовника

негативну реакцію, а також насторожене відношення до мовця і, отже; до брокерської контори, що той представляє».

Завдання 2. Поясніть, як досягається ефект візуального іміджу у діловому спілкуванні?

Завдання 3. Охарактеризувати фактори, які негативно впливають на стиль ділового спілкування.

Завдання 4. Як, на вашу думку, працює психотерапія в спілкуванні: не перемогти суперника, а домогтися його розташування?

Завдання 5. Як оволодіти практикою аргументації?

Контрольні запитання:

1. Охарактеризуйте основні особливості ділового етикету.
2. Які особливості необхідно враховувати під час спілкування з іноземними партнерами: із США, Великобританії, Франції, Німеччини, Італії, Іспанії, Ірландії, Португалії, Голландії, Греції, Китаю, Японії, Кореї, Мусульманських країн і країн Близького й Середнього Сходу, інших країн.
3. Охарактеризуйте етикет використання візитних карток.
4. Що таке ділові подарунки? Які види ділових подарунків існують?
5. Розкрийте особливості вибору ділових подарунків.
6. Охарактеризуйте особливості етикету вручення й отримання ділових подарунків

Практичне заняття на тему:
Аналіз досвіду організації ділового туризму в різних країнах
Семінар – бесіда
План заняття:

1. Міжнародні Business Travel асоціації і професійні спілки.
2. Організація і просування ділового туризму.
3. Вітчизняний досвід організації ділового туризму.

Рекомендовані терміни для укладання термінологічного словника: асоціація, член асоціації, асоційований член, національна асоціація, професійні спілки, International Business Travel Association (IBTA), Business Travel Association (NBTA), Institute of Travel Management (ITM), Association of Corporate Travel Executives (ACTE), The International Meetings Association (ICCA), International Association of Professional Congress Organizers (IAPCO), Meeting Professional International (MPI), International Association of Convention and Visitors Bureau (IACVB), International Association of Exhibition Managers (IAEM), Society of Incentive Travel Executives (SITE), Асоціація ділового туризму BTA Ukraine.

1. Розгорнуте обговорення у формі бесіди основних положень теми та питань самостійного вивчення:

1. Характеристика основних груп компаній, професійних організаторів зустрічей, що працюють на міжнародному ринку MICE.
2. Професійні агентства ділового туризму.
3. Основні завдання бізнес-турів.
4. Структура ринку ділових подорожей.
5. Центри світового ділового туризму.

2. Практичні завдання.

Завдання 1. Характеристика особливостей роботи центрів ділового туризму у світі.

Завдання 2. Процеси глобалізації у міжнародній індустрії ділового туризму.

Завдання 3. Алгоритм створення продукту ділового туризму. Розкрити роль його учасників: споживачів, постачальників туристських послуг, розпорядників зустрічей, професійні організатори, пакет послуг постачальників і посередників, менеджерів, різного роду посередників тощо). *Завдання 4.* Розкрити роль конвент-бюро (спеціалізовані маркетингові компанії) в розвитку ділового туризму у світі.

Завдання 5. Особливості взаємодії між суб'єктами індустрії ділового туризму у світі.

Контрольні запитання:

1. Назвіть і охарактеризуйте основні міжнародні Business Travel асоціації і професійні спілки. Розкрийте їх значення для розвитку ділового туризму.
2. Охарактеризуйте світовий досвід і особливості кадрової політики в діловому туризмі.
3. Охарактеризуйте досвід інших країн та країн близького зарубіжжя щодо організації ділового туризму.
4. Які асоціації та об'єднання створені і функціонують в Україні?
5. Охарактеризуйте вітчизняний досвід організації ділового туризму.
6. Розкрийте значення використання електронних баз даних, інформаційних електронних видань та інформаційних сайтів для функціонування і розвитку ділового туризму.

АНАЛІТИЧНО-РОЗРАХУНКОВІ ЗАВДАННЯ:

на тему:

«Визначення туристичного МІСЕ-потенціалу світових міст»

Завдання 1. Вивчити перелік найбільших світових центрів глобалізації і туризму. Вписати країни розташування даних центрів.

Завдання 2. Вивчити основні статистичні дані, що характеризують фактори розвитку МІСЕ-туризму у даних містах, зокрема:

- кількість наявного населення,
- рівень виробництва ВВП,
- щорічна кількість іноземних туристичних прибуттів,

Особливу увагу звернути на кореляційну невідповідність між кількістю наявного населення та рівнем ВВП.

Завдання 3. Проаналізувати структуру готельного господарства у даних містах і розрахувати:

- загальну кількість готелів усіх категорій якості послуг (фактор розвитку масових видів туризму);
- сумарну кількість готелів вищої категорії якості послуг 4-5* (фактор розвитку професійно-ділового МІСЕ-туризму);

Завдання 4. Провести оцінку туристичного МІСЕ-потенціалу світових міст за 10 критеріями по 10 балів кожний (максимальна оцінка = 100 балів), зокрема звернути особливу увагу на вже надані для аналізу бальні оцінки за певними критеріями.

БАЛІ	Оціночні критерії					
	Населення млн.жит.	ВВП млрд.долл	Туризм млн.приб.	Готелі		Середній бал
				Готелі 1-5*	Готелі 4-5*	
				сумма		
10	понад 20	понад 1000	понад 15	понад 1500	понад 500	
9	15-20	800-1000	10-15	1000-1500	400-500	
8	10-15	600-800	8-10	800-1000	300-400	
7	6-10	400-600	6-8	600-800	200-300	
6	4-6	300-400	4-6	400-600	100-200	
5	3-4	200-300	2-3	300-400	150-200	
4	2-3	100-200	1-2	200-300	50-100	
3	1-2	50-100	0,5-1	100-200	20-50	
2	0,5-1	20-50	0,2-0,5	50-100	10-20	
1	менше 0,5	менше 20	менше 0,2	менше 50	менше 10	

Завдання 5. Позначити на контурній карті світу усі світові міста із Таблиці 2 таким чином:

- розробити шкалу туристичного потенціалу МІСЕ-туризму з кроком 10 балів;
- позначити згідно розробленої шкали усі світові міста круговими діаграмами (10 балів оцінки потенціалу = 1 мм кругової діаграми),
- підписати назви міст (червоним кольором);
- підписати назви країн, де ці міста знаходяться (синім кольором).

Завдання 6. Провести ранжування світових міст за сумарним туристичним МІСЕ-потенціалом, результат представити в окремій рейтинговій таблиці.

Завдання 7. Зробити ПИСЬМОВИЙ висновок щодо закономірностей взаємозалежності соціально-економічного розвитку, туристичної аттрактивності та рівня розвитку інфраструктури світових центрів ділового МІСЕ-туризму.

Практичне заняття на тему:

Міжнародні і національні туристичні організації

Завдання 1. Класифікація туристичних організацій, їх значення для розвитку туризму в світі.

Завдання 2. Мета, завдання, специфіка діяльності і принципи роботи міжнародних та регіональних туристичних організацій.

Завдання 3. Туристичні організації та об'єднання України. Українська асоціація активного та екологічного туризму UAETA.

Завдання 4. Місце знаходження штаб-квартири, головний секретар UNWTO.

Завдання 5. Користуючись офіційним інформаційним ресурсом UNWTO, ознайомитись із:

- структура управління UNWTO;
- країни-члени UNWTO;
- основні програми та діяльність.

Завдання 6. До кожного напрямку підібрати відповідний приклад:

- UNWTO створює базові навчальні структури, короткотермінові і заочні курси;
- UNWTO розробляє рекомендації і допомагає урядам країн у питаннях розробки проектів, техніко-економічних обґрунтувань, визначення потреб в інвестиціях, передавання технологій, а також маркетинг і просування туристичного продукту;
- у UNWTO працює видавничий підрозділ, що одночасно з органом зі зв'язків з пресою;
- UNWTO бере участь у міжнародних форумах, присвячених охороні навколишнього середовища та екології планети;
- UNWTO приділяє увагу питанням охорони здоров'я і безпеки туристів, усуненню бар'єрів на шляху туризму;
- UNWTO є основним центром накопичення, аналізу і поширення відомостей про туризм.

Таблиця 1

Основні напрями діяльності UNWTO

Основні напрями діяльності UNWTO	Приклади діяльності
Зміцнення співпраці країн з метою розвитку туризму	
Організація професійної підготовки в сфері туризму	
Забезпечення стійкого розвитку туризму і вирішення екологічних проблем	
Створення статистики туризму і дослідження ринку	
Поліпшення якості туризму	
Розвиток комунікацій і системи документації в сфері туризму	

Завдання 7. Підготувати повідомлення про різні туристичні організації світу, України у вигляді презентації POWERPOINT.

ГЛОСАРІЙ ОСНОВНИХ ТЕРМІНІВ

MICE – Meetings / Ділові зустрічі; **Incentives** / Ін센див-туризм; **Conferences** / Конференції; **Exhibitions** – / Виставки.

Агент – юридична чи фізична особа, яка на основі договору-доручення з організатором (розпорядником) виставки та за комісійну винагороду бере на себе зобов'язання з комплектації виставки учасниками.

Агротуризм – створення спеціальних «туристичних сіл», формування «сільських турів» з проживанням та харчуванням в сільських будинках (родинах), розташованих в екологічно чистих районах.

Біржа – комерційне виставкове представлення та продаж туристичної продукції. Мета: встановлення контактів та підписання угод. Спосіб: реклама туристичних пропозицій, представлення зразків, підписання угод. Час проведення: коли закінчується або починається активна реклама турів на наступний рік.

Бронювання – попереднє закріплення за певним туристом (пасажиром) або групою туристів (пасажирів) місць у готелях або транспортних засобах, квитків у культурно-видовищні заклади та ін. на конкретні дати.

Бюро обслуговування – бюро при готелі, що здійснює обмін ваучерів на турдокументи, валютно-фінансові операції, пов'язані з перебуванням іноземного туриста в країні, забезпеченням його транспортом і квитками для відвідування культурно-видовищних закладів тощо.

Вартість туру – грошовий вираз туристського обслуговування на маршруті, путівки. Включає аванс і повну вартість туру.

Ваучер туристський – основний документ, що підтверджує туристський статус особи або групи, на підставі якого іноземні туристи - індивідуали та туристські групи приймаються і обслуговуються в Україні, а також вітчизняні туристи – за кордоном.

Віза - спеціальний дозвіл відповідних органів іноземного уряду на в'їзд, виїзд, проживання або проїзд через територію даної держави.

Візит проїздом – відносно коротке перебування офіційної делегації або почесного гостя в країні, через територію якої він прямує. При таких візитах церемоніальний елемент зведено до мінімуму. У місцях зупинок таким державним діячам або делегаціям надаються загальноприйняті знаки уваги.

Виставка – ілюстроване представлення туристичного продукту. Мета – інформація споживачів про туристичні пропозиції та гуртовий продаж туристичної продукції. Спосіб – демонстрація пропозицій вітчизняних та закордонних туристичних організацій. Час проведення: 1-2 рази на рік протягом 2-3 днів.

Виставка – за визначенням Міжнародного бюро виставок – це «показ, основна мета якого полягає в освіщенні публіки шляхом демонстрування засобів, що є в розпорядженні людства для задоволення потреб в одній або декількох сферах його діяльності або майбутніх його перспектив».

Виставка міжнародна – виставка, в якій не менше ніж 20% експонентів або 4% відвідувачів, або 20% площі експозиції є іноземними. Гід перекладач - екскурсовод, провідник туристської групи, який вільно володіє мовою країни перебування.

Внутрішній туризм – подорожі громадян в межах державних кордонів власної країни.

В'їзний туризм – подорожі нерезидентів в межах державних кордонів якої-небудь країни.

Виїзний туризм – подорожі резидентів однієї країни в яку-небудь іншу країну.

Готельно-офісний центр – готель, частина приміщень якого не є номерним фондом, а спеціально обладнана і використовується як офіси.

Державний візит – візит найвищого рівня. Державним може бути тільки візит глави держави (Президента, Монарха). Державний візит вирізняється своїм політичним значенням, своєю значущістю, урочистістю. Вважається, що державний візит завжди є важливим етапом у взаємовідносинах двох країн. Він також має неабияке міжнародне значення.

Діловий туризм – туристична подорож з діловими цілями без отримання доходів за місцем подорожі.

Екотуризм – охоплює широкий спектр подорожей – від невеликих пізнавальних турів для школярів до регулярних туристичних програм в національних парках і заповідниках.

Експозиція – систематизоване розміщення експонатів на виставці (ярмарку).

Експонат – товар чи послуга, що демонструється на виставці.

Експонент – учасник виставки.

Етнічний туризм переслідує мету відвідування місця «народження або походження родини», а також відвідування місця проживання родичів і/або близьких. Цей вид туризму носить назву ностальгічного (nostalgia tour).

Інклюзив тур – найбільш поширений вид індивідуальної чи групової подорожі в організованому туризмі. І.-т. – чітко спланована за маршрутом, часом початку та закінчення поїздки, що включає обов'язковий набір послуг із зазначенням їх вартості та якості.

Інсензив-тури – поїздки, що організуються компаніями з метою нагородження та преміювання своїх співробітників за високі показники в роботі.

Комерційний туризм орієнтований на отримання туристськими підприємствами прибутку, є основним джерелом розвитку виробництва послуг. Туристські послуги, що надаються ними, орієнтовані в основному на клієнтів з середнім і високим рівнем доходу.

Конгрес – 1) з'їзд, збори (звичайно за питаннями міжнародного значення);

2) (від лат. congressus – зустріч, збори) – з'їзд, нарада, як правило міжнародного характеру.

3) формальна зустріч делегатів, які звичайно відносяться до певної сфери людської діяльності або залучені в спеціальне дослідження в певній сфері для обговорення різних питань.

Конгрес-готель – готель, який має умови для організування і провадження конгрес-заходів.

Конгрес-центр; бізнес-центр – заклад, який спеціалізується на організуванні та проведенні конгрес-заходів та надає готельні послуги лише учасникам конгрес-заходів.

Конференція (конгрес) – демонстрація передового досвіду в сфері туристичної діяльності. Мета: визначення проблем та шляхів їхнього вирішення. Спосіб: економічні, інформаційно-комунікаційні, науково-практичні конференції (можуть проводитися під час салону, виставки). Час проведення: періодично (щорічно, раз на 2 роки).

Конференція – 1) збори, наради представників будь-яких держав, організацій, груп;

2) (пізньолат. conferentia від лат. confero – збираю в одне місце) – збори, наради представників будь-яких організацій, груп, держав, а також окремих осіб, науковців для обговорення певних (часто теоретичних) питань;

3) мається на увазі формальний обмін думками на зустрічі або збори для обговорення спільних для всіх учасників питань.

Круїз – морська або річкова туристська подорож, як правило, по замкненому колу на одному теплоході за встановленим маршрутом із зупинками в місцях, що викликають певний інтерес у туристів або у відправних пунктах екскурсій.

Лекційні блоки – це невеликі переносні дошки, що нагадують блокнот на ніжках. Як основу для листа використовують паперовий блок, а використані аркуші просто перегортаються. Переваги лекційних блоків полягають в тому, що завжди можна повернутися до раніше написаної інформації, або ж заздалегідь підготувати необхідні ілюстрації.

Лікувально-оздоровчий туризм обумовлений потребою в лікуванні різного роду захворювань і оздоровленні організму після перенесених захворювань.

Неорганізований туризм припускає, що туристи самі, без участі і/або посередництва турфірми, організують свою подорож. Самостійно розробляють маршрути поїздки, визначають об'єкти екскурсійного відвідування, планують місця нічлігів, оформляють виїзні документи і так далі.

Неофіційні візити – це візити іноземних державних діячів на відпочинок та лікування, з приватних справ, як гостя посла своєї країни або ж як туриста. При неофіційних візитах протокольні заходи, як правило, не передбачаються або ж займають мінімальне місце.

Організований туризм припускає заздалегідь розроблену і організовану туристською фірмою програму подорожі для туриста / туристів, згідно їх побажань і бюджету. Туристська фірма заздалегідь бронює і оплачує усі туристські послуги з усього маршруту, оформляє усі необхідні документи.

Організатор виставки – підприємство, яке відповідно до свого статусу займається організацією виставок (ярмарків), бере на себе зобов'язання щодо організації та проведення виставок та несе відповідальність перед учасниками та відвідувачами.

Офіційні візити – це візити делегацій, що очолюються Прем'єрміністром країни, міністром закордонних справ. Офіційним буде також візит глави держави, якщо Президент (Монарх) відвідує ту чи іншу країну вдруге (існує правило, згідно з яким глава держави може прибути до будь-якої країни з державним візитом тільки один раз за час перебування при владі).

Підрядник – підприємство, яке на основі договору купівлі-продажу чи підряду з організатором, розпорядником або учасником виставки постачає необхідні товари, виконує роботи чи надає послуги, пов'язані з організацією та проведенням виставки.

Пізнавальний туризм (екскурсійний) включає поїздки з метою ознайомлення з природними і історико-культурними пам'ятками, музеями, театрами, традиціями народів у відвідуваній країні.

Площа виставкова відкрита – виставкова площа на відкритих майданчиках.

Площа виставкова демонстраційна – площа виставки, що використовується для проведення особливих показів, конкурсів, семінарів тощо і не належить до території стендів певних експонентів.

Пригодницький туризм (екзотичний і екстремальний) припускає великі туристські витрати. Цей вид туризму включає: – похідні експедиції; – сафарі-тури (полювання, риболовля, лов метеликів і так далі); – морські подорожі і інші різноманітні поїздки.

Професійно-діловий туризм охоплює подорожі із службовими або професійними цілями без отримання доходів за місцем тимчасового перебування. До цього виду туризму відносять поїздки для участі в з'їздах, наукових конгресах і конференціях, виробничих нарадах і семінарах, ярмарках, виставках, салонах, а також для проведення переговорів і укладення контрактів.

Рекреаційний туризм відрізняється великою різноманітністю і може включати видовищно-розважальні програми, полювання, риболовлю, музичну і художню творчість, відвідування спортивних заходів в якості глядача і так далі.

Релігійний туризм ґрунтується на релігійних потребах людей різних конфесій. Релігійний туризм можна назвати прадавнім, його корені йдуть в незапам'ятні часи.

Робочі візити – це візити, що мають цільове призначення, зокрема участь у переговорах, міжнародних нарадах, консультаціях, конференціях, підписання міжнародного договору або угоди, участь у відкритті національних виставок. Як правило, до робочих відносяться і візити для взяття участі у відзначенні ювілейних дат, національних свят.

Салон – демонстрація туристичних продуктів. Мета – інформація гуртових посередників, встановлення зв'язків між виробниками та продавцями туристичної продукції. Спосіб – надання друкованої реклами, каталогів, пропозицій та заключення угод. Час проведення: періодично (1 раз на рік).

Семінар – 1) а) групові практичні заняття під керівництвом викладача у вищому навчальному закладі; б) групові заняття, гурток для якої-небудь спеціальної підготовки, для підвищення кваліфікації;

2) (від лат. *seminarium* – розсадник) – вид учбових занять, обговорення учнями (слухачами) під керівництвом викладача підготовлених ними повідомлень і доповідей;

3) лекція, що супроводжується обміном думками серед учасників.

Симпозіум – 1) нарада, конференція присвячена спеціальному науковому питанню;

2) (лат. *symposium* від грец. *symposion* – бенкет) нарада за будь-яким науковим питанням (часто міжнародна);

3) захід, що супроводжується бесідою в невимушеній обстановці, або формальна зустріч, коли фахівці роблять короткі повідомлення на певну тему або кілька тем, пов'язаних між собою.

4) наукова нарада, часто міжнародна.

Соціальний туризм субсидується із коштів, що виділяються на соціальні потреби в цілях створення умов для туризму певних категорій громадян.

Турмагазин (турмаркет, телемаркет) – спеціалізований заклад з продажу туристичної продукції. Мета: гуртовий та роздрібний продаж, а також інформування споживачів про туристичні пропозиції. Спосіб: продаж власної туристичної продукції та туристичних продуктів інших фірм, надання довідкової інформації клієнтам. Час проведення: постійно чи періодично.

Ярмарок – економічна виставка зразків туристичної продукції. Мета – інформація ринку про туристичні пропозиції та гуртовий продаж туристичної продукції. Спосіб – надання зразків туристичної продукції. Час проведення: у певний термін у певному місці.

Ярмарок – за визначенням Спілки міжнародних ярмарок – це «економічна виставка зразків, яка згідно зі звичаями тієї країни, на території якої знаходиться, представляє собою крупний ринок товарів, що діє в встановлені строки впродовж обмеженого часу в одному ж самому місці, і на якій експонентам дозволяється представляти зразки своєї продукції для укладання торгівельних угод в національному чи міжнародному масштабах».

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Нормативно-правові акти:

1. ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги» (чинний від 01.07.2004).
2. ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» (чинний від 01.07.2004).
3. ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація» (чинний від 01.07.2004).
4. ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення» (чинний від 01.10.2006).
5. ГОСТ 30390-95 «Общественное питание. Кулинарная продукция, реализуемая населению. Общие технические условия».
6. ГОСТ 30523-97 «Услуги общественного питания, Общие требования».
7. ГОСТ 30524-97 «Общественное питание. Требования к обслуживающему персоналу».
8. ISO/TC № 605 Системи менеджменту якості. Основоположні принципи і словник.
9. ISO/TC № 606 Системи менеджменту якості. Вимоги.
10. SO/TC № 607 Системи менеджменту якості. Настанови щодо поліпшення показників
11. Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг/ (Наказ Держтурадміністрації України № 19 від 16.03.04).
12. Про затвердження Порядку надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) – № 297 від 15.03.2006-08-02.
13. Правила обов'язкової сертифікації готельних послуг (Наказ Держстандарту №37 від 27.01.1999, зареєстровано у Мінюсті 15.04.1999 за №236/3529).
14. Нормативно-правові акти України з питань туризму: Збірник законодавчих та нормативних актів / Упоряд. М. Л. Камлик. – К.: Атіка, 2004. – 464 с.

15. Правовое обеспечение международного туризма: Учебно-практическое пособие. – К.: Кондор, 2004. – 486 с.

Основна література:

1. Андренко И. Б. Классификация делового туризма // Коммунальное хозяйство городов: Науч.-техн. сб. Вып. 50. Серия: Экономические науки. – К.: Техніка, 2003. – С. 222–226.
2. Андренко И. Б. Перспектива гостиниц Харьковского региона – ориентация на деловых туристов // Коммунальное хозяйство городов: Науч.-техн. сб. Вып. 37. Серия: Экономические науки. – К.: Техніка, 2002. – С. 201–204.
3. Архіпов В. В. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства., Навч. посібник / В. В. Архипов, В. А. Русавська – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 342 с.
4. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства., Навч. посібник / В. В. Архипов – К.: Центр учбової літератури ; фірма "Інкос", 2007. – 280 с. 164
5. Бабкин А. В. Специальные виды туризма. Учебник. / А. В. Бабкин – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 252 с.
6. Биржаков М. Б. Введение в туризм: Учебник. / М. Б. Біржаков– СПб.: Изд. дом Герда, 2004. – 448 с.
7. Большой Глоссарий терминов международного туризма / Под ред. М. Б. Биржакова, В.И. Никифорова. – СПб.: Издательский дом Герда, Невский Фонд, 2002. – 704 с.
8. Бутко И. И. и др. Туристический бизнес: основы организации / И. И. Бутко, Е.А. Ситников, Д.С. Ушаков – Ростов н/Д: Феникс, 2007. – 384 с.
9. Воскресенский В. Ю. Международный туризм: Уч. пособие. / В.Ю. Воскресенский – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 255 с.
10. Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности: Уч. пособие. / В. Г. Гуляев – М.: Нолидж. – 1996. – 312с.
11. Зорин И. В., Квартальнов В. А. Энциклопедия туризма: Справочник. / И. В. Зорин, В. А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 368 с.

12. Иванов В.В., Волов А.Б. Гостиничный менеджмент. / В. В. Иванов, А. Б. Волов. – М.: ИНФРА–М, 2007. – 384 с.
13. Ильина Е. Н. Туроперейтинг: организация деятельности: Учебник./ Е. Н. Ильина – М.: Финансы и статистика, 2007. – 256 с.
14. Квартальнов В. А. Теория и практика туризма: Учебник. / В. А. Квартальнов – М.: Финансы и статистика, 2003. – 672 с.
15. Квартальнов В. А. Туризм: Учебник. 2-е изд. перераб. / В. А. Квартальнов – М.: Финансы и статистика, 2006. – 336 с.
16. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика. Навч. посібн. / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 472 с.
17. Организация туризма: учеб. пособие / А. П. Дурович, Г. А. Бондаренко, Т. М. Сергеева и др. Под общ. ред. А. П. Дуровича – 3-е изд. – Минск: Новое знание, 2006. – 640с.
18. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично–готельного підприємства. Навч. посібник. / П. Р. Пуцентейло. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
19. Роглев Х. Й. Основи готельного менеджменту: Навч. посіб. / Х. Й. Роглев. – К.: Кондор, 2005. – 408 с.
20. Сало Я. М. Організація обслуговування населення на підприємствах харчування. Ресторанна справа. Довідник офіціанта. / Я. М. Сало. – Львів: Афіша. – 2004. – 336 с.
21. Сенин В. С. Организация международного туризма: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. / В. С. Сенин – М.: Финансы и статистика, 2003. – 400с.
22. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах: Уч. пособие. / А.В. Сорокина– М.: Альфа–М; ИНФРА–М, 2006. – 304 с. 165
23. Туристский терминологический словарь: Справочник – методическое пособие / Авт. – сост. Н. В. Зорин, В. А. Квартальнов. – М.: Советский спорт, 1999. – 664 с.

24. Уваров В. Д., Борисов К. Г. Международные туристские организации: Справочник. / В. Д. Уваров, К. Г. Борисов – М.: «Международные отношения», 1999. – 288 с.

25. Ушаков Д. С. Прикладной туроперейтинг. Изд. 2–е, переработ. и доп. / Д. С. Ушаков – М.: ИКЦ «МарТ», Ростов н/Д: Изд. центр «МарТ», 2006. – 448 с.

Допоміжна література:

1. Биржаков, М.Б., Иванова, Л.И. Теория и практика конгрессно-выставочного туризма / Биржаков М. Б., Иванова Л. И. // Туристские фирмы. - 2004. – Выпуск 33. – С. 110-131.
2. Большой Глоссарий терминов международного туризма / Под ред. М.Б. Биржакова, В.И.Никифорова: Второе издание, дополненное и переработанное. В 2-х т. Том I. СПб.: «Невский фонд», 2003. – 992 с.
3. Готелі України: від А до Я. - К.: Новий світ., 2003. – 274 с.
4. Доронин, А. Рынок делового туризма в цифрах и фактах // Туризм: проблемы, перспективы, практика. – 2005. - № 7. – С. 29 – 32.
5. Пандяк І. Сучасний стан та проблеми розвитку бізнес-готелів в Україні // Вісник львівського університету. Серія міжнародні відносини. – 2008. – Вип. 24. – С. 224 – 229.
6. Сарапкин Ю. Business travel и индустрия MICE // Туризм: право и экономика. – 2003. - № 3. – С.29-31.
7. Серегина В. Обзор мирового рынка конгрессного туризма // Туризм: проблемы, перспективы, практика. – 2006. – № 2. – С. 22-23.
8. Солоницына А.А. Профессиональная этика и этикет. – Владивосток : Изд-во Дальневост. ун-та, 2005.- 200 с.
9. Чимитдоржиева, О.Г. Деловой туризм в России: проблемы и перспективы развития // Знания – стратегический ресурс российской экономики: Материалы Всероссийской студ. науч. конференции 16 ноября 2007г. – Самара : Офорт, 2007. - С. 47-52.

10. Чимитдоржиева, О.Г. Деловой туризм как специфический вид туристской деятельности и его влияние на социально-экономическое развитие страны // Управление общественными и экономическими системами – 2010. – № 1. – С. 3 – 16.
11. Світовий ринок MICE: основні тенденції розвитку. [Електронний ресурс]. - Режим доступу до ресурсу: <http://www.conftravel.com/archive/detail.php>
12. Смирнова, О.А. Территориальная структура делового туризма в мире. /О.А. Смирнова. [Электронный ресурс]. - Режим доступа к ресурсу: <http://diss.rsl.ru/diss/06/0288/060288034.pdf>

Інтернет-ресурси:

1. Асоціація Ділового туризму України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.bta.ua>
2. Всі готелі України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.all-hotels.com.ua>
3. Всі готелі України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukraine-hotel.com>
4. Все про туризм [Електронний ресурс] // Туристична бібліотека. – Режим доступу: <http://tourlib.net/>
5. Всеукраїнський Союз асоціацій, підприємств та організацій туристичної сфери «УкрСоюзТур» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.travel.com.ua>
6. Виставкова Федерація України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.expo.org.ua/ua/index.php>
7. Готелі України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrhotels.net>
8. Департамент туризму та курортів Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents/MoreDetails?lang=uk->

[UA&id=2c48859c3471-4508-8d0d-60df67c47e84&title=ProUpravlinniaTurizmuTaKurortiv](http://www.infotravel.com.ua)

9. Каталог сайтів – турфірми, готелі, пансіонати, санаторії. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://infotravel.com.ua>
10. Офіційний сайт Кам'янець-Подільської міської ради, голови міської ради, виконавчого комітету. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://old.kam-pod.gov.ua/>
11. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
12. Офіційний сайт ЮНЕСКО. Список об'єктів всесвітньої спадщини [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://whc.unesco.org/pg.cfm?cid=31>
13. Портал комерційної нерухомості. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.business-realty.com.ua>
14. Сайт Державної служби туризму і курортів. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua>
15. Туризм [Електронний ресурс] // Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Tags/DocumentsByTag?lang=uk-UA&id=4268f55cfec7-4d63-b4d3-1a0311a7297b&tag=Turizm>
16. Meeting Professionals International [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.mpiweb.org>
17. Tourism Highligts. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.unwto.org>

САЙТИ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ

Accor	http://www.accor.com/ (hotelweb.fr/)
Best Western Hotels	http://www.bestwestern.com/
Hilton International	http://www.hilton.com
Holiday Inn	http://www.holiday-inn.com/
Hyatt Hotels & Resorts	http://www.hyatt.com/ ITT
Sheraton	http://www.sheraton.com/
InterContinental Hotels & Resorts	http://www.interconti.com/
Kempinski	http://www.kempinski.com/
Le Meridien Hotels Asia Pacific	http://www.meridien.com/
Maritim	http://www.maritim-hotels.de/
Marriott	http://www.marriott.com/
Mercure	http://www.hotelweb.fr/
Novotel	http://www.hotelweb.fr/
Radisson Hotels Worldwide	http://www.radisson.com/
Ramada Hotels	http://www.ramada.com/
Ritz-Carlton	http://www.ritzcarlton.com
Sofitel	http://www.sofitel.com/ (hotelweb.fr/)
Sol Melia	http://www.solmelia.es/
Shangri-La	http://www.shangri-la.com
The Leading Hotels of the World	http://www.lhw.com/
Westin Hotels & Resorts	http://www.westin.com/

АСОЦІАЦІЇ ІНДУСТРІЇ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ

ICCA (INTERNATIONAL CONGRESS & CONVENTION ASSOCIATION)

Entrada 121, NL-1096 EB Amsterdam The Netherlands

Tel No: 31 20 398 1919

Fax: 31 20 699 0781

Email: icca@icca.nl Website: iceworld.com

SITE (SOCIETY OF INCENTIVE & TRAVEL EXECUTIVES)

401 North Michigan Avenue. Suite 2200 Chicago, Illinois 60611, USA

Tel No: +1.312.321.5148

Fax: +1.312.527.6783

ACE (ASSOCIATION FOR CONFERENCES AND EVENTS)

Riverside House

High Street, Huntingdon

Cambs PE18 6SG

Tel No: 01480 457595

Fax: 01480 412863

Email ace@martex.co.uk Website: www.martex.co.uk/ace

MPI (MEETING PROFESSIONALS INTERNATIONAL)

46a, avenue John F.Kennedy L-1855 Luxembourg

Grand Duchy of Luxembourg Tel No: 352 2687 6141,

Fax: 352 2687 6343

Email: dscaillet@mpiweb.org Website: www.mpiweb.org

ABPCO (ASSOCIATION OF BRITISH PROFESSIONAL CONFERENCE)

148-149 Great Charles House Birmingham B3 3HT, UK

Tel No: 44 121 212 1400

Fax: 44 121 212 3131

Email: information@abpc.org Website: www.abpc.org

BACD (BRITISH ASSOCIATION OF CONFERENCE DESTINATIONS)

Floor Charles House

Floor Charles House 148-149 Great Charles House Birmingham B3 3HT, UK Tel

No: 44 121 212 1400 Fax: 44 121 212 3131

Email: info@bacd.org.uk Website: www.bacd.org.uk

CIC (CONVENTION INDUSTRY COUNCIL)

8201 Greenboro Drive, Suite 300

McLean, Virginia USA 22102

Tel No: 1 703 610 9030, Toll Free: 1 800 725 8982, Fax: 1 703 610 9005

Email: mpower@conventionindustry.org

Website: www.conventionindustry.org

EFCT (EUROPEAN FEDERATION OF CONFERENCE TOWNS)

Avenue Louise 287, 1050 Brussels, Belgium Tel: 32 26 432044, Fax: 32 26 452671
Website: www.efct.com

EVVC (EUROPEAN ASSOCIATION OF EVENT CENTRES)

NH Hotel Frankfurt Airport
Morfelder StraBe 113
65451 Kelsterbach, Germany
Tel No: 49 6107 987790, Fax: 49 6107 987799 Email: info@evvc.org
Website: www.evvc.org

IACVB (INTERNATIONAL ASSOCIATION OF CONVENTION AND VISITOR BUREAUS)

2025 M Street, NW, Suite 500, Washington DC
20036 USA
Tel No: 1 202 296 7888, Fax: 1 202 296 7889 Email: info@iacvb.org
Website: www.iacvb.org

IAPCO (INTERNATIONAL ASSOCIATION OF PROFESSIONAL CONGRESS ORGANIZERS)

42 Canham Road
London W37SR, United Kingdom
Tel No.: 4420874962171,
Fax: 44 208 740 0241 Email: info@iapco.org Website: www.iapco.org

INCENTIVE TRAVEL MEETING ASSOCIATION LTD (ITMA)

26-28 Station Road
Redhill survey RH1 1PD
Tel: 44(0)1737 779928, Fax: 44(0) 1737 779749 E-mail: info@itma-online.org
Website: www.itma-online.org

(PATA) PACIFIC AREA TRAVEL ASSOCIATION

Floor, Siam Tower 989 Rama I Road, Pratumwan
Bangkok 10330, Thailand Tel. No: 66 2 658 2000 Fax: 66 2 658 2010
Email: patabkk@PATA.org Website: www.pata.org

MEETING INDUSTRY ASSOCIATION (MIA)

Deer Park , Woollas Hall
Perhore, Worcs
WR103DN UK
Tel No: 44 1386 751137, Fax: 44 01386 751327 Email: Mia@meetings.org
Website: www.meetings.org