



ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСНА РАДА
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА
ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА

ЗАТВЕРДЖЕНО
Рішення вченої ради університету
«30» серпня 2021 року,
протокол № 1.

Ректор, голова вченої ради університету,
доктор юридичних наук, професор

_____ Олег ОМЕЛЬЧУК

«30» серпня 2021 року
м.п.

РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«МІЖНАРОДНА ТУРИСТИЧНА ІНДУСТРІЯ»
для підготовки на першому (освітньому) рівні
здобувачів вищої освіти освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 242 Туризм
галузі знань 24 Сфера обслуговування

РОЗРОБНИК:

Завідувач кафедри, доктор наук з державного управління, кандидат економічних наук, доцент
«27» серпня 2021 року

_____ Едуард ЩЕПАНСЬКИЙ

Старша викладачка кафедри публічного управління та адміністрування
«27» серпня 2021 року

_____ Тетяна ТРИГУБА

СХВАЛЕНО

Рішення кафедри публічного управління та адміністрування
«27» серпня 2021 року, протокол № 1.

Завідувач кафедри, доктор наук з державного управління, кандидат економічних наук, доцент
«27» серпня 2021 року

_____ Едуард ЩЕПАНСЬКИЙ

Деканеса факультету управління та економіки, кандидатка економічних наук, доцентка
«27» серпня 2021 року

_____ Тетяна ТЕРЕЩЕНКО

ПОГОДЖЕНО

Рішення методичної ради університету
«28» серпня 2021 року, протокол № 1.

Перша проректорка, голова методичної ради університету, кандидатка наук з державного управління, доцентка
«28» серпня 2021 року

_____ Ірина КОВТУН

ЗМІСТ

	Стор.
1. Опис навчальної дисципліни	– 2
2. Заплановані результати навчання	– 3
3. Програма навчальної дисципліни	– 5
4. Структура вивчення навчальної дисципліни	– 7
4.1. Тематичний план навчальної дисципліни	– 7
4.2. Аудиторні заняття	– 8
4.3. Самостійна робота студентів	– 8
5. Методи навчання та контролю	– 8
6. Схема нарахування балів	– 9
7. Рекомендовані джерела	– 10
7.1. Основні джерела	– 10
7.2. Допоміжні джерела	– 11
8. Інформаційні ресурси в Інтернеті	– 12

1. Опис навчальної дисципліни

1. Шифр і назва галузі знань	– 24 Сфера обслуговування
2. Код і назва спеціальності	– 242 Туризм
3. Назва спеціалізації	– Спеціалізація не передбачена
4. Назва дисципліни	– Міжнародна туристична індустрія.
5. Тип дисципліни	– Вибіркова.
6. Код дисципліни	– ППВ 6.11.
7. Освітній рівень, на якому вивчається дисципліна	– перший
8. Ступінь вищої освіти, що здобувається	– бакалавр
9. Курс / рік навчання	– четвертий
10. Семестр	– сьомий
11. Обсяг вивчення дисципліни:	
1) загальний обсяг (кредитів ЄКТС / годин)	– 4,5 / 135
2) денна форма навчання:	
аудиторні заняття (годин)	– 46
% від загального обсягу	– 34
лекційні заняття (годин)	– 18
% від обсягу аудиторних годин	– 39
семінарські заняття (годин)	– 28
% від обсягу аудиторних годин	– 61
самостійна робота (годин)	– 89
% від загального обсягу	– 66
тижневих годин:	
аудиторних занять	– 2,75
самостійної роботи	– 4,95
12. Форма семестрового контролю	– залік
13. Місце дисципліни в логічній схемі:	

- | | |
|------------------------------|---|
| 1) попередні дисципліни | – ЗПО 9. Економіка туризму;
ППО 1. Рекреаційні комплекси світу;
ППО 2. Іноземна мова (за професійним спрямуванням);
ППО 3. Друга іноземна мова (за професійним спрямуванням);
ППО 5.1. Географія туризму;
ППО 5.2. Туристичне країнознавство;
ППВ 4.1. Міжнародно-правове регулювання туристичної діяльності;
ППВ 4.2. Правове регулювання туристичної діяльності в країнах ЄС;
ППВ 4.3. Організація міжнародного та дипломатичного обслуговування. |
| 2) супутні дисципліни | – |
| 3) наступні дисципліни | – ППВ 7.2. Туристичний брендинг;
ППВ 7.4. Державне та муніципальне управління у сфері туризму. |
| 14. Мова вивчення дисципліни | – українська. |

2. Заплановані результати навчання

Вивчення дисципліни «Міжнародна туристична індустрія» спрямоване на здобуття студентами загальних та спеціальних (фахових) компетентностей:

- K07. Здатність працювати в міжнародному контексті;
- K18. Здатність аналізувати діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління через призму концепції сталого розвитку.
- K22. Розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем.
- K28. Здатність працювати у міжнародному середовищі на основі позитивного ставлення до несхожості до інших культур, поваги до різноманітності та мультикультурності, розуміння місцевих і професійних традицій інших країн, розпізнавання міжкультурних проблем у професійній практиці.

Зміст вивчення студентами дисципліни «Міжнародна туристична індустрія» сформульований у термінах таких результатів навчання:

- ПР01. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів, у тому числі з урахуванням пріоритетів європейської інтеграції України.
- ПР02. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії туризму, організації туристичного процесу та туристичної діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг, а також світоглядних та суміжних наук.
- ПР04. Пояснювати особливості організації рекреаційно-туристичного простору.
- ПР05. Аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал території.
- ПР06. Застосовувати у практичній діяльності принципи і методи організації та технології обслуговування туристів.
- ПР07. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт.

ПР10. Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна).

ПР13. Встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей.

Після завершення вивчення дисципліни здобувач повинен продемонструвати такі результати навчання:
1. Знання <i>(здатність запам'ятовувати або відтворювати факти (терміни, конкретні факти, методи і процедури, основні поняття, правила і принципи, цілісні теорії тощо)</i>
1.1) знати міжнародні тенденції розвитку менеджменту індустрії міжнародного туризму;
1.2) знати етапи формування і просування міжнародних туристичних послуг;
1.3) знати стилі управління туристичними підприємствами та їх персоналом у сфері міжнародного туризму;
1.4) знати механізми розміщення, харчування та організаційних процедур прийняття туристів в процесі надання міжнародних туристичних послуг.
2. Розуміння <i>(здатність розуміти та інтерпретувати вивчене, уміння пояснити факти, правила, принципи; перетворювати словесний матеріал у, наприклад, математичні вирази; прогнозувати майбутні наслідки на основі отриманих знань)</i>
2.1) розуміти організацію системи франчайзингу в туристичній готельній індустрії;
2.2) розуміти чинники формування і функціонування туристичного ринку;
2.3) розуміти специфіку трансформаційних процесів світової індустрії туризму.
3. Застосування знань <i>(здатність використовувати вивчений матеріал у нових ситуаціях (наприклад, застосувати ідеї та концепції для розв'язання конкретних задач)</i>
3.1) визначати види менеджменту в міжнародному туризмі;
3.2) визначати складові індустрії міжнародного туризму;
3.3) управляти міжнародними транспортними перевезеннями;
3.4) управляти підприємствами харчування у міжнародному туризмі;
3.5) управляти гостинністю у міжнародному туризмі;
3.6) використовувати Інтернет-технології індустрії міжнародного туризму.
4. Аналіз <i>(здатність розбивати інформацію на компоненти, розуміти їх взаємозв'язки та організаційну структуру, бачити помилки й огріхи в логіці міркувань, різницю між фактами і наслідками, оцінювати значимість даних)</i>
4.1) здатність сегментувати туристичний ринок та швидко реагувати на зміни ринкової кон'юнктури на ринках транспортних перевезень, розміщення і харчування та розваг;
4.2) аналізувати внутрішнє і зовнішнє середовище щодо організації та управління наданням туристичних послуг у міжнародному туризмі;
4.3) аналізувати міжнародне конкурентне середовище й управляти каналами збуту туристичної компанії;
4.4) аналізувати особливості структури індустрії міжнародного туризму.
5. Синтез <i>(здатність поєднувати частини разом, щоб одержати ціле з новою системною властивістю)</i>
5.1) обґрунтовано обирати основні складові елементи комплексу маркетингових комунікацій;

5.2) робити вибір напрямів і варіантів розвитку туристичних підприємств у нестабільному ринковому середовищі.
6. Оцінювання <i>(здатність оцінювати важливість матеріалу для конкретної цілі)</i>
6.1) здійснювати оцінку ринків збуту, споживачів, клієнтів, конкурентів у туристської індустрії;
6.2) оцінювати якість та ефективність розробленого бренду;
6.2) здійснювати оцінку ефективності використання новітніх технологій.
7. Створення (творчість) <i>(здатність до створення нового культурного продукту, творчості в умовах багато вимірності та альтернативності сучасної культури)</i>
7.1) вміння розробити стратегію розвитку підприємства туристичної галузі в Україні, орієнтуючись на тенденції транснаціоналізації та глобалізації в міжнародному туризмі;
7.2) формувати міжнародні контракти на рівні підприємств щодо надання міжнародних туристичних послуг;
7.3) впроваджувати сучасні проекти в туризмі.

3. Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Сутність та основні характеристики міжнародної туристичної індустрії.

Зміст поняття та особливості індустрії міжнародного туризму. Особливості та структура індустрії міжнародного туризму. Підприємства, які виробляють продукти і послуги для туристів: первинні, вторинні, третинні. Транспортні перевезення. Заклади розміщення туристів. Підприємства харчування. Інформаційно-екскурсійне обслуговування. Анімаційні послуги. Туроператори та турагенти. Вплив сучасної індустрії туризму на світову економіку.

Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної індустрії. Формування мережевої туристичної індустрії як форма глобальної інтеграції країн.

Тема 2. Особливості сучасного міжнародного туристичного ринку.

Економічне та географічне визначення поняття міжнародного туристичного ринку. Глобальний, регіональний та локальний рівні формування міжнародного ринку туристичних послуг. Особливості міжнародного туристичного ринку. Класифікація міжнародних туристичних ринків. Проблеми сегментування міжнародного ринку туристичних послуг.

Суб'єкти ринку туристичних послуг, специфіка їх цілей та діяльності.

Кон'юнктурна оцінка сучасного стану вітчизняного ринку міжнародного туризму. Стримуючі фактори розвитку іноземного туризму в Україні. Рекламування національного туристичного продукту на зарубіжних ринках.

Передумови для підвищення конкурентоспроможності України в сфері туризму.

Тема 3. Сучасний стан та перспективи розвитку секторів міжнародної туристичної індустрії.

Зміст поняття та особливості індустрії міжнародного туризму.

Роль посередників у світовому туристичному бізнесі. Специфіка турагентської та туроператорської діяльності на міжнародному ринку туристичних послуг. Основні напрями діяльності туристичних операторів. Форми співробітництва туроператорів і турагентів.

Класифікація засобів розміщення у міжнародному туризмі. Готелі та підприємства готельного типу. Національні системи класифікації засобів розміщення. Сучасний стан готельної бази світу. Підприємства харчування та їх класифікація.

Види транспортних перевезень у міжнародному туризмі. Авіаційні, залізничні, автобусні, морські та річкові міжнародні туристичні маршрути. Розвиток круїзного туризму. Навколосвітні подорожі.

Тема 4. Сучасні технології в міжнародній туристичній індустрії.

Інформаційні технології в міжнародній туристичній індустрії, як поняття. Класифікація інформаційних технологій. Передумови створення комп'ютерних систем бронювання. Вплив інформаційних технологій на розвиток соціально-культурного сервісу і туризму. Характеристика комп'ютерних систем бронювання і резервування. Система бронювання Amadeus. Система бронювання Galileo. Система бронювання Worldspan. Система бронювання Sabre. Інші системи бронювання. Роль IT-технологій в туризмі.

Тема 5. Маркетинг, електронна комерція та е-маркетинг в міжнародній туристичній індустрії.

Особливості комплексу маркетингу в міжнародній туристичній індустрії. Особливості маркетингових досліджень у сфері туризму. Еволюція моделі «маркетинг-мікс». Базова модель: маркетинг мікс «4Р». Розширені моделі маркетинг мікс «5Р, 7Р». Особливості маркетингового комплексу в туризмі: Process, People, Physical Evidence. Маркетингова концепція орієнтована на споживача «4С». Маркетинг для туристичних підприємств в системі міжнародних економічних зв'язків.

Брендинг як інструмент маркетингових комунікацій в міжнародній туристичній індустрії. Імідж та іміджелогія. Основні терміни іміджмейкінгу. Іміджмейкінг у системі Public Relations.

Сутність та напрями електронної комерції в туризмі. Основні категорії електронної комерції: бізнес–бізнес, бізнес–споживач, бізнес–адміністрація, споживач– адміністрація, споживач–споживач. Електронні платіжні системи та безпека транзакцій в Інтернет. Структура платежів за покупки, здійснені через Інтернет. Безпека транзакцій. Основні елементи, що забезпечують безпеку транзакцій.

Тема 6. Менеджмент індустрії міжнародного туризму.

Туроператори і турагенти. Залежність та співпраця між туроператорами та туристичними агентствами в контексті міжнародної туристичної діяльності.

Менеджмент міжнародних транспортних туристичних перевезень. Міжнародні угоди в галузі перевезень. Учасники договірних відносин у галузі міжнародних туристичних перевезень. Джерела правового регулювання міжнародних транспортних туристичних перевезень.

Менеджмент гостинності у міжнародному туризмі.

Тема 7. Організаційні та соціально-економічні аспекти функціонування індустрії міжнародного туризму.

Сутність і значення нових моделей організації і управління туристською індустрією. Місце і роль туризму в транскордонному співробітництві. Глобалізація туристичного бізнесу та її основні тенденції. Стратегія синергізму. Особливості інтеграційних процесів в управлінні суб'єктами туристської індустрії. Об'єднання підприємств туристичної індустрії: глобальні об'єднання, стратегічні альянси (спільні підприємства, консорціуми). Громадські об'єднання. Сутність угод про франчайзинг.

4. Структура вивчення навчальної дисципліни

4.1. Тематичний план навчальної дисципліни

№ теми	Назва теми	Кількість годин					
		Денна форма навчання					
		Усього	у тому числі				
			Лекції	Сем. (прак).	Лабор.	Ин.зав.	СРС
1.	Сутність та основні характеристики міжнародної туристичної індустрії.	18	2	4	-	-	12
2.	Особливості сучасного міжнародного туристичного ринку.	18	2	4	-	-	12
3.	Сучасний стан та перспективи розвитку секторів міжнародної туристичної індустрії.	18	2	4	-	-	12
4.	Сучасні технології в міжнародній туристичній індустрії.	19	2	4	-	-	13
5.	Маркетинг, електронна комерція та е-маркетинг в міжнародній туристичній індустрії.	20	4	4	-	-	12
6.	Менеджмент індустрії міжнародного туризму.	22	4	4	-	-	14
7.	Організаційні та соціально-економічні аспекти функціонування індустрії міжнародного туризму.	20	2	4	-	-	14
	Усього	135	18	28	-	-	89

4.2. Аудиторні заняття

4.2.1. Аудиторні заняття (лекції, семінарські (практичні) заняття) проводяться згідно з темами та обсягом годин, передбачених тематичним планом.

4.2.2. Плани лекцій з передбачених тематичним планом тем визначаються в навчально-методичних матеріалах з дисципліни.

4.2.3. Плани семінарських (практичних) занять з передбачених тематичним планом тем, засоби поточного контролю знань та методичні рекомендації для підготовки до занять визначаються в навчально-методичних матеріалах з дисципліни.

4.3. Самостійна робота студентів

4.3.1. Самостійна робота студентів денної форми навчання включає завдання до деяких теми.

4.3.2. Завдання для самостійної роботи студентів та методичні рекомендації до їх виконання визначаються в навчально-методичних матеріалах з дисципліни.

4.3.3. Тематика самостійних завдань та методичні рекомендації до їх виконання визначаються в навчально-методичних матеріалах з дисципліни.

4.3.4. Самостійні завдання виконуються в межах часу, визначеного для самостійної роботи студентів, та оцінюються частиною визначених в розділі 6 цієї програми кількості балів, виділених для самостійної роботи.

5. Методи навчання та контролю

Під час лекційних занять застосовуються:

- 1) традиційний усний виклад змісту теми;
- 2) метод наочності;
- 3) слайдова презентація.

На семінарських та практичних заняттях застосовуються:

- дискусійне обговорення проблемних питань;
- бліц-опитування;
- виконання тестових завдань;
- вирішення ситуаційних завдань.

Поточний контроль знань студентів з навчальної дисципліни проводиться у формах:

1) усне або письмове бліц-опитування студентів щодо засвоєння матеріалу попередньої лекції;

- 2) усне або письмове опитування на семінарських заняттях;
- 3) усний захист самостійних робіт;
- 4) виконання поточних контрольних робіт у письмовій формі.

Підсумковий семестровий контроль проводиться у формі усного заліку.

Структура залікового білету включає 3 теоретичних питання.

6. Схема нарахування балів

6.1. Нарахування студентам балів за результатами навчання здійснюється за схемою, наведеною на рисунку.



6.2. Обсяг балів, здобутих студентом під час лекцій, семінарських занять та самостійної роботи студентів визначаються в навчально-методичних матеріалах з цієї дисципліни.

7. Рекомендовані джерела

7.1. Основні джерела

1. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанный бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: навчальний посібник. Київ, 2002. 358 с.
2. Алієва-Барановська В.М., Дахно І.І. Міжнародний туризм: навчальний посібник-довідник. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 344 с.
3. Байлик С.І., Сегеда І.В. Технологія туристської діяльності: конспект лекцій. Харків: ХНАМГ, 2007. 139 с.
4. Божидарнік Т.В., Божидарнік Н.В., Савош Л.В. та ін. Міжнародний туризм: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 312 с.
5. Ведмідь Н.І., Мельниченко С.В., Білик В.В. Основи рекламної діяльності в туризмі: навчальний посібник; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. Київ: КНТЕУ, 2007. 103 с.
6. Волошин В. Бізнес міжнародних економічних організацій: навчальний посібник. Київ: Київський університет, 2002. 241 с.
7. Гарбера О.Є. Організація туристичної діяльності в системі світового ринку послуг / О.Є. Гарбера // Економіка та держава. – 2010. - № 10. – С. 86–89.
8. Зима О.Г. Конспект лекцій «Організація міжнародного туризму» з навчальної дисципліни «Організація туризму» / Зима О.Г., Дехтяр Н.А. ; МОНУ, Харківський національний економічний ун-т. – Харків : ХНЕУ, 2008. – 240 с.
9. Кендюхов О.В., Димитрова С.М., Радкевич Л.А., Кужилева О.В. Стратегія ефективного брендингу: монографія. Донецьк: Вебер (Донецька філія), 2009. 280 с.

10. Лук'янова Л.Г., Дорошенко Т.Т., Мініч І.М. Уніфіковані технології готельних послуг: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ Вища школа, 2006. 236 с.
11. Макогін З.Я. Міжнародний туризм: навчальний посібник; Центр. спілка спожив. т-в України, Львів. торг.-екон. ун-т. Львів: Вид-во Львів. торг.-екон. ун-ту, 2018. 395 с.
12. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2004. 272 с.
13. Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. Київ: Знання, 2008. 661 с.
14. Панченко Ю.В., Лугінін О.Є., Фомішин С.В. Менеджмент внутрішнього і міжнародного туризму: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Херсон: Олді-Плюс, 2013. 341 с.
15. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту: підручник. Київ: Кондор, 2009. 408 с.
16. Юрченко С.О., Юрченко О.Є. Міжнародний туризм: навч. посіб. для студентів спец. «Туризмознавство», «Міжнародні економічні відносини»; Харків. нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. Харків: ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2016. 327 с.

7.2. Допоміжні джерела

17. Бондаренко М. Динаміка конкурентоспроможності індустрії туризму. *Економіка та держава*. 2012. № 6. С. 77–80.
18. Ганський В.О. Особливості регіонального регулювання ринку туристичних послуг в умовах формування глобального туристичного простору. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2014. Вип. 5. Ч. 1. С. 44–48.
19. Заячківська Г.А. Маркетинг міжнародних туристичних послуг: мікро- і макрорівень. *Сталий розвиток економіки*. 2012. № 2. С. 233–237.
20. Кобржицький В.В., Ткачук С.В. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку міжнародного туризму. *Інвестиції: практика та досвід*. 2012. № 9. С. 50–54.
21. Козловський Є.В. Правове регулювання туристичної діяльності: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2015. 272 с.
22. Кулешова Н.В. Аналіз сучасного стану розвитку туристичної галузі в Україні. *Вісник Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка*. 2012. № 1 (32). С. 177–183.
23. Лапшина І.А. Тенденції розвитку міжнародного туризму в Україні та його роль у світовій економіці. *Управління економікою рекреаційних територій, галузей підприємств*. Донецьк: Юго-Восток. 2008. С. 166–176.
24. Ліманський А., Ружковський Я. Міжнародний туризм в епоху глобалізації. *Журнал європейської економіки*. 2005. № 3. С. 295–306.
25. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теоретичні та практичні аспекти. *Вісник Запорізького національного університету*. 2010. № 2 (6). С. 129–138.
26. Норіцина Н.І. Маркетингова політика комунікацій: курс лекцій; Міжрегіон. акад. упр. персоналом. Київ: МАУП, 2003. 119 с.
27. Ткаченко Т., Мельниченко С. Тенденції розвитку світового туризму. *Вісник КНТЕУ*. 2004. № 6. С. 80–85.
28. Павленко А.Ф., Войчак А.В., Примак Т.О. Маркетингові комунікації: сучасна теорія і практика; Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана. Київ: КНЕУ, 2005. 404 с.
29. Правик Ю.М. Маркетинг туризму: підручник. Київ: Знання, 2008. 303 с.
30. Смаль І.В. Туристичні ресурси світу. Ніжин: Видво Ніжин. держ. ун-у імені Миколи Гоголя, 2010. 336 с.
31. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності: підручник / За заг. ред. В.Ф. Орлова. Київ: Грамота, 2006. 264 с.

32. Тонкошкур М.В. Міжнародний туризм: конспект лекцій. Харків: ХНУМГ, 2013. 126 с.
33. Чорненька Н.В. Організація туристичної індустрії: навчальний посібник. Київ: Атіка, 2006. 264 с.
34. Шульгіна Л.М. Маркетинг у туристичній індустрії: опорний конспект лекцій. Київ: КНТЕУ, 2010. 99 с.
35. Юрченко О.С. Сучасні тенденції розвитку світового туристського простору. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2012. № 6. С. 28–33.

8. Інформаційні ресурси в Інтернеті

- | | |
|---|---|
| https://www.otiholding.com/ | - Туристична компанія «OTI Holding A.S.». |
| https://www.tuigroup.com/de-de | - Туристична компанія «TUI Group». |
| https://www.bestwestern.com/en_US.html | - Міжнародна мережа «Best Western International». |
| https://sofitel.accor.com/geoloc/selectdisplayzone/index.en.shtml | - Міжнародна мережа «Sofitel Hotels Group». |
| https://www.ihg.com/hotels/gb/en/reservation | - Міжнародна мережа «Holiday Inn World wide». |
| https://www.marriott.com/default.mi | - Міжнародна мережа «Marriott International». |
| https://www.hilton.com/en/ | - Міжнародна мережа «Hilton Hotel Corp.». |
| https://www.ana.co.jp/en/jp/?type=e | - Міжнародна авіакомпанія «American Airlines Group». |
| http://ima.org.ua/ | - Міжнародна морська організація (ІМА). |
| https://www.iata.org/ | - Міжнародна асоціація повітряного транспорту (ІАТА). |
| https://www.icao.int/Pages/default.aspx | - Міжнародна організація цивільної авіації (ІКАО). |
| www.cit-rail.or | - Міжнародний комітет залізничного транспорту (СІТ). |
| https://www.unwto.org/ | - Всесвітня туристична організація (UNWTO). |
| https://www.iata.org/ | - Міжнародна асоціація повітряного транспорту (ІАТА). |
| https://www.icao.int/Pages/default.aspx | - Міжнародна організація цивільної авіації (ІКАО). |
| www.cit-rail.or | - Міжнародний комітет залізничного транспорту (СІТ). |