

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Національний університет «Запорізька політехніка»**

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ**

**з дисципліни «Моніторинг світового ринку туристичних послуг»**

до виконання практичних занять та самостійної роботи студентів  
для студентів спеціальності 242 «Туризм»  
денної та заочної форм навчання

Запоріжжя  
2019

Методичні рекомендації з дисципліни «Моніторинг світового ринку туристичних послуг» до виконання практичних занять та самостійної роботи для студентів спеціальності 242 «Туризм» денної та заочної форм навчання / Укл.: Д.Ю. Мамотенко. – Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2019. – 32 с.

Укладачі: Д.Ю. Мамотенко, к.е.н. доцент

Рецензент: В.М. Зайцева, к.п.н., професор

Відповідальний за випуск: Д.Ю. Мамотенко

Затверджено  
на засіданні кафедри  
«Туристичного, ресторанного  
та готельного бізнесу»

## ЗМІСТ

Вступ.....	4
План практичних занять.....	6
Самостійна (індивідуальна) робота.....	16
Завдання для контрольних робіт студентів заочної форми навчання.....	18
Перелік питань до заліку.....	20
Рекомендована література.....	22
Критерії оцінювання.....	25

## ВСТУП

**Метою** дисципліни є формування теоретичних знань і практичних навичок зі збору кон'юнктурної інформації, аналітичного опрацювання даних економічних оглядів, поглиблене вивчення особливостей методології і набуття практичного досвіду організації та проведення моніторингу світового ринку туристичних послуг; використання сучасних методик для здійснення моніторингу та прогнозування коливання попиту та пропозиції на світовому ринку туристичних послуг з метою прийняття адекватних економічній ситуації підприємницьких рішень.

**Предметом** вивчення дисципліни «Моніторинг світового ринку туристичних послуг» є оволодіння технологією, інструментарієм та методичними прийомами щодо здійснення моніторингу світового ринку туристичних послуг.

Кожне підприємство готельного та ресторанного бізнесу незалежно від його профілю, масштабів, країни та регіону діяльності не може розраховувати на тривалий успіх на ринку, досягнення бажаних результатів без копіткої праці з дослідження кон'юнктури світового ринку туристичних послуг.

Процес вивчення та аналізу світового ринку послуг, у т.ч. туристичних послуг, досить складний, що зумовлюється впливом сукупності чинників та умов, які постійно змінюються і є різними за своєю природою, тривалістю та напрямом впливу.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен отримати:

**загальні компетентності:** здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях. Знання та розуміння процесу моніторингу туристичних послуг. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. Адаптація студентів до сучасних умов наукової, виробничої та громадської діяльності.

**фахові компетентності:** розуміння специфіки туристичних послуг. Здатність розробляти, організувати та здійснювати аналітичні комплекси туристичних послуг. Здатність використовувати навички роботи з комп'ютером та знання й уміння в галузі сучасних

інформаційних технологій для рішення експериментальних і практичних завдань.

**Очікувані програмні результати навчання:**

1. Вміння оцінювати конкурентоспроможність підприємств (закладів), продукції, послуг на основі стандартних методик; здатність аналізувати діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління

2. Показати уміння аналізувати, проводити моніторинг світового ринку туристичних послуг і складати необхідну нормативну документацію.

## ПЛАН ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

### ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 1 (4 години).

#### Світовий ринок туристичних послуг: концептуальні засади, особливості еволюції та функціонування

Мета: Формування вмінь і навичок роботи з науковою літературою з питань світового ринку туристичних послуг.

Основні поняття: Світовий ринок, міжнародний ринок, національний ринок, світовий ринок послуг, світовий ринок туристичних послуг.

#### Питання до обговорення:

1. Визначення світового ринку послуг.
2. Особливості функціонування та структури світового ринку послуг.
3. Роль та місце туристичних послуг на світовому ринку.
4. Основні етапи еволюції світового ринку туристичних послуг та сучасні тенденції розвитку.
5. Перспективи України на світовому ринку туристичних послуг.

#### Хід заняття:

1. Повторення теоретичного матеріалу з даної теми.
2. Розв'язання завдань.
3. Короткий глосарій з тематики занотувати.

*Завдання 1. Ознайомитись із даними «World Tourism Barometer» (світової туристичної організації): динаміка туристичних потоків (побудувати діаграму світ та регіони), темпи відновлення туристичної світової галузі, експортні надходження від міжнародного туризму (побудувати діаграму). Зробити висновки.*

*Завдання 2. У щорічному звіті «Travel and Tourism Competitiveness Report», що публікується в межах Всесвітнього економічного форуму (World Economic Forum, WEF), розглядається індекс конкурентоспроможності туріндустрії різних країн, враховуючи чинники, що впливають на привабливість туріндустрії для розвитку та інвестицій. Необхідно проаналізувати Індекс розвитку подорожей і туризму (ТТСІ), зробити діаграму в Excel за складовими індексу ТТСІ-2019 країни (вибір країни узгодити із викладачем).*

*Завдання 3. Проаналізувати звіт Horwath HTL (світового*

лідера у сфері готельного консалтингу). Всі дані розглянуто за однаковими показниками КРІ у всіх країнах, використано однакову методологію. Зробити висновки.

*Завдання 4. Дати характеристику Рейтингу HOTELS'325. Визначити за останніми даними п'ятірку лідерів світових готельних мереж за кількістю номерів.*

*Завдання 5. За даними Державної служби статистики України визначити сучасний стан України на світовому ринку туристичних послуг.*

### **Рекомендована література:**

1. World Tourism Organization. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту: <https://www.unwto.org/en>
2. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту: [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2019.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf)
3. Horwath HTL - European Chains & Hotels Report 2019. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту: [https://hotconf.com/wp-content/uploads/2019/09/Report-HTL\\_2019\\_EU\\_CHAINS-2.pdf](https://hotconf.com/wp-content/uploads/2019/09/Report-HTL_2019_EU_CHAINS-2.pdf)
4. Державна служба статистики України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

## **ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 2 (4 години).**

### **Теоретичні засади моніторингу світового ринку туристичних послуг.**

Мета: розглянути теоретичні засади моніторингу світового ринку туристичних послуг.

Основні поняття: Моніторинг; динамічний, конкурентний, порівняльний, комплексний моніторинг; інформаційний, базовий, проблемний моніторинг, послідовність моніторингу, кон'юнктура, масштаб ринку; ступінь збалансованості ринку; динаміка ринку; ступінь ділової активності; бар'єри для входу на ринок.

### **Питання до обговорення:**

1. Сутність моніторингу
2. Мета та завдання моніторингу
3. Види моніторингу
4. Особливості здійснення моніторингу ринку туристичних послуг
5. Сутність, види та особливості кон'юнктури з точки зору

*привабливості туристичного бізнесу*

#### **Хід заняття:**

1. Повторення теоретичного матеріалу з даної теми.
2. Розв'язання завдань.
3. Короткий глосарій з тематики занотувати або демонструвати при відповідях знання термінів.

*Завдання 1. Створити схему структурно-логічної послідовності здійснення моніторингу ринку туристичних послуг, дати характеристику.*

*Завдання 2. Сформувати систему показників моніторингу.*

*Завдання 3. Здійснити моніторинг підприємств туристичного господарства за методикою SERVQUAL (Zeithaml, Parasuraman, и Berry).*

#### **Рекомендована література:**

1. Богдан Н.М. Конспект лекцій з курсу «Моніторинг світового ринку готельно-ресторанних послуг» / Н. М. Богдан ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова ; Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. – 68 с.
2. Іванова Л.О. Моніторинг світового ринку готельно-ресторанних послуг: навч. посібник / Іванова Л. О., Музика О. М. – Львів : «Магнолія 2006», 2014. – 226 с/
3. Модель *SERVQUAL* ефективний спосіб вимірювання сервісу. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту: <https://www.slideshare.net/RostyslavDmytruk/servqual-pptx>.
4. Методика *SERVQUAL* в електронному курсі «Моніторинг світового ринку туристичних послуг» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту: <https://moodle.zp.edu.ua/course/view.php?id=4628>.

### **ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 3 (4 години).**

#### **Чинники формування та умови розвитку кон'юнктури світового ринку туристичних послуг**

Мета: визначення чинників формування, умов розвитку кон'юнктури світового ринку туристичних послуг

Основні поняття: кон'юнктураформувальний чинник, економічний цикл, передбачуваність, керованість, щільність зв'язку, спрямованість дії, тривалість впливу, фази економічного циклу, криза,

депресія, пожвавлення, піднесення.

### Питання до обговорення:

1. Сутність кон'юнктуороформувального чинника на світовому ринку туристичних послуг
2. Класифікація кон'юнктуороформувальних чинників
3. Економічний цикл та його основні фази. Сучасні економічні цикли
4. Кон'юнктура ринку туристичних послуг на різних фазах циклу

### Хід заняття:

1. Повторення теоретичного матеріалу з даної теми.
2. Розв'язання завдань.
3. Короткий глосарій з тематики занотувати або демонструвати при відповідях знання термінів.

*Завдання 1. Зробити PESTplus-аналіз макросередовища туристичної галузі визначеної країни. Сформувати можливості та загрози для туристичного підприємства у зовнішньому середовищі.*

	Чинники	Зміст
PEST	Політичний (P)	
	Економічний (E)	
	Соціальний(S)	
	Технологічний (T)	
Plus	Правовий	
	Екологічний	
	Демографічний	
	Фізичний	

*Завдання 2. Побудувати життєвий цикл туристичної галузі України, зробити висновки ([ukrstat.gov.ua](http://ukrstat.gov.ua)). Зробити прогноз динаміки розвитку загальну та відносну динаміка розвитку (щодо темпів розвитку економіки всієї країни, наприклад ВВП).*

*Завдання 3. За допомогою моделі «5 конкурентних сил» М. Портера зробити аналіз мікросередовища туристичної галузі визначеної країни.*

### Рекомендована література:

1. Доумен Д. Изучение конъюнктуры рынка – это просто / Д. Доумен, Д. Деннинсон, М. Доумен. – Ростов н/Д : Феникс, 2004. – 350 с.
2. Карпов В.А. Маркетинг: прогнозування кон'юнктури

ринку: навчальний посібник / Карпов В.А., Кучеренко В.Р. – К.: Товариство «Знання», КОО, 2001. – 215 с.

3. Кучеренко В.Р. Основи економічної кон'юнктури : навч. посібник / Кучеренко В.Р., Карпов В.А. – Київ : Центр навчальної літератури, 2004. – 224 с.

4. Ляшенко Г.П. Кон'юнктурні дослідження на світових ринках : навчальний посібник / Ляшенко Г.П., Лазебник Л.Л. – Ірпінь : Академія ДПС України, 2003. – 92 с.

5. Покрокова інструкція зі складання PEST аналізу в електронному курсі «Моніторинг світового ринку туристичних послуг» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту: <https://moodle.zp.edu.ua/course/view.php?id=4628>.

### **ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 4 (4 години).**

#### **Основи методики моніторингу світового ринку туристичних послуг**

Мета: формування вмінь і навичок володіння методиками моніторингу світового ринку туристичних послуг.

Основні поняття: система, системний підхід, загальна теорія системи, системний аналіз, цілеспрямованість, комплексність, комплексний підхід, безперервність, методика моніторингу, етапи моніторингу, інформація, критерії щодо інформації.

#### **Питання до обговорення:**

1. *Сутність методики моніторингу*
2. *Зміст та принципи системного підходу для здійснення моніторингу світового ринку туристичних послуг.*
3. *Основні етапи моніторингу світового ринку туристичних послуг.*
4. *Основні критерії обсягу та характеру інформації для здійснення моніторингу світового ринку туристичних послуг*

#### **Хід заняття:**

1. Повторення теоретичного матеріалу з даної теми.
2. Розв'язання завдань.
3. Короткий глосарій з тематики занотувати або демонструвати при відповідях знання термінів.

*Завдання 1. Сформувати послідовність етапів програми*

поточного спостереження ринку туристичних послуг.

Завдання 2. Необхідно проаналізувати обраний самостійно ринок туристичних послуг (наприклад: Україна, Запоріжжя...) за допомогою маркетинг міксу, наступним чином:

1. Виберіть ті «Р», які найбільш підходять Вашому дослідженню, Маркетинг мікс в сфері послуг (наприклад, в туризмі) може виглядати так: стандартні 4Р (продукт, місце продажу, ціна, просування) + люди, процес, фізичне оточення, прибуток, позиціонування.

2. Уявіть ідеальний стан товару або послуги по кожному з обраних «Р». Рекомендується «ідеальний стан» описувати в вимірних термінах, щоб згодом було зручніше його відстежувати і коригувати.

3. Опишіть фактичний стан продукту по кожному «Р», використовуючи опитування споживачів, власну думку та експертну думку. Для простоти візуалізації поточного стану справ ми використовуємо смайлики.

4. На основі отриманої таблиці ви з легкістю зможете сформулювати коригувальні дії, які згодом ляжуть в основу маркетингового плану.

5. Розставите пріоритети проведення коригувальних заходів для формування правильної послідовності дій та ефективного розподілу бюджету розвитку.

6. Відповідно до визначених пріоритетів ефективно розподіліть наявні ресурси. Складіть маркетинговий план.

P's	Мета	Факт	Індикатор	Коригувальні дії	Черговість / Терміни
Product	Цільові значення маркетинг міксу. Описує ідеальні характеристики продукту для отримання максимального прибутку	Фактичний маркетинг міксу. Оцінюється експертно та за допомогою досліджень	☺	Дії які необхідно реалізувати, щоб досягти цільових значень	Послідовність дій бажано із зазначенням термінів
Place			☹		
Price			☹		
Promotion			☺		
Other P's			☺		

Завдання 3. Освоїти методика побудови **Матриці Бостонської**

*Консалтингової Групи (також називається матриця «зростання-частка ринку»).*

**Рекомендована література:**

1. Азарян О.М., Жукова Н.Л., Іщенко О.А. та ін. Аналіз комплексу маркетингу на міжнародному ринку туристичних послуг: Монографія. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2015. – 135 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм : учебник для вузов / Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж.. – Москва : ЮНИТИ, 1998. –787 с.
3. Мальченко В.М. Маркетинг послуг: Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2006. – 360 с.
4. Пашук О.В. Маркетинг послуг: стратегічний підхід : навчальний посібник / Пашук О.В. – Київ : ВД «Професіонал», 2005. – 560 с.
5. Файл-допомога для завдання «Матриця БКГ» в електронному курсі «Моніторинг світового ринку туристичних послуг» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту: <https://moodle.zp.edu.ua/course/view.php?id=4628>.
6. Щербань В.М. Маркетинговий менеджмент: Навч. посіб. – К.: Центр навчальної літератури, 2016. – 224 с.

**ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 5 (4 години).**

**Інформаційне забезпечення моніторингу світового ринку туристичних послуг**

Мета: формування вмінь і навичок визначення інформаційного забезпечення моніторингу світового ринку туристичних послуг

Основні поняття: Нормативна інформація, аналітична інформація, масив даних, фізична структура даних, загальна інформація, комерційна та спеціальна інформація, первинна та вторинна інформація, текстова, таблична, графічна, інформація, міжнародні статистичні видання, національні джерела кон'юнктурної інформації.

**Питання до обговорення:**

1. *Основні види та форми інформації, що використовується для моніторингу світового ринку туристичних послуг*
2. *Види джерел інформації для проведення моніторингу світового ринку туристичних послуг*
3. *Загальносвітові та регіональні національні та галузеві*

*джерела інформації в сфері туристичних послуг*

*4. Українські джерела інформації в сфері туристичних послуг*

**Хід заняття:**

1. Повторення теоретичного матеріалу з даної теми.
2. Розв'язання завдань.
3. Короткий глосарій з тематики занотувати або демонструвати при відповідях знання термінів.

*Завдання 1. Державний комітет статистики України готує спеціалізовані видання, що містять розширену інформацію з окремих спеціалізованих напрямків. Проаналізувати статистичні збірники «Готелі та інші місця для тимчасового проживання», «Туризм в Україні».*

*Завдання 2. Проаналізувати «Стратегія розвитку туризму і курортів на період до 2026 року». Визначити основні стратегічні напрямки розвитку сфери сфері готельних та ресторанних послуг.*

*Завдання 3. Зробити **SWOT**-аналіз для обраного об'єкту (наприклад: туристичний оператор «TezTour», готель «Прага», ресторан-кофейня «Zarra»).*

**Рекомендована література:**

1. Богдан Н. М. Конспект лекцій з курсу «Моніторинг світового ринку туристичних послуг» / Н. М. Богдан ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова ; Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. – 68 с.
2. Гонтаржевська Л.І. Ринок туристичних послуг в Україні: Навч. посіб. – Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. – 180 с.
3. Державна служба статистики України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту - <http://www.ukrstat.gov.ua/> Посилання дійсне на 15.06.2019 р.
4. Стратегія розвитку туризму і курортів на період до 2026 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 бер. 2017 р. № 168-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту - <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501/> Посилання дійсне на 15.06.2019 р.
5. Щорічні звіти UNWTO. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до сайту - <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights> /Посилання дійсне на 15.06.2019 р.

6. Покрокова інструкція зі складання SWOT аналізу в електронному курсі «Моніторинг світового ринку туристичних послуг» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту: <https://moodle.zp.edu.ua/course/view.php?id=4628>.

### **ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 6 (4 години).**

#### **Організаційні та методичні основи аналізу кон'юнктури світового ринку туристичних послуг**

Мета: формування вмінь і навичок проведення аналізу кон'юнктури світового ринку туристичних послуг

Основні поняття: метод порівняння, індексний метод, метод групувань, балансовий метод, кореляційно-регресійний метод.

#### **Питання до обговорення:**

1. Алгоритм і рівні аналізу кон'юнктури світового ринку туристичних послуг
2. Система показників для аналізу кон'юнктури світового ринку туристичних послуг
3. Методи і форми аналізу кон'юнктури світового ринку туристичних послуг
4. Використання Інтернет-моніторингу в діяльності підприємств туристичних послуг

#### **Хід заняття:**

1. Повторення теоретичного матеріалу з даної теми.
2. Розв'язання завдань.
3. Короткий глосарій з тематики занотувати або демонструвати при відповідях знання термінів.

*Завдання 1* Привести приклади програмного забезпечення процесу Інтернет-моніторингу (Web-Observer, Avalanche...). Описати детально дію одного з них.

*Завдання 2.* Відстежити за допомогою програми бренд (компанію) з розгорнутою аналітикою.

#### **Рекомендована література:**

1. Система «Web-Observer». – [Електронний ресурс] – Режим доступу до сайту - [http:// www.webobserver.info](http://www.webobserver.info)
2. Avalanche Online – Сервіс моніторинга. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до сайту – <https://avl.team>

## ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 7 (4 години).

### Організаційні та методичні основи прогнозування кон'юнктури ринку туристичних послуг

Мета: навчитись прогнозувати кон'юнктури ринку туристичних послуг.

Основні поняття: прогноз, прогнозний фон, системність, варіантність, верифікація, ефективність прогнозування, горизонт прогнозування, економічне прогнозування, екстраполяція, інтерполяція, експерт, експертна оцінка, нормативний метод, метод психоінтелектуальної генерації ідей, аналітичний метод, метод інтерв'ю, метод експертних комісій, дельфійський метод, метод колективної генерації ідей (метод «мозкового штурму»), метод аналогії, метод історичної аналогії, економіко-математичне моделювання.

#### Питання до обговорення:

1. *Сутність та значення прогнозу при моніторингу ринку*
2. *Основні принципи прогнозування кон'юнктури ринку туристичних послуг*
3. *Методи та прийоми прогнозування кон'юнктури ринку туристичних послуг*
4. *Використання методів екстраполяції (лінійної, криволінійної екстраполяції з корегуванням минулих трендів)*
5. *Нормативний метод прогнозування застосовується для програмних і цільових прогнозів.*
6. *Методи експертних оцінок.*
7. *Метод Дельфі.*
8. *Метод «мозкового штурму».*
9. *Метод аналогії.*
10. *Економіко-математичне моделювання*

#### Хід заняття:

1. Повторення теоретичного матеріалу з даної теми.
2. Короткий глосарій з тематики занотувати або демонструвати при відповідях знання термінів.

#### Рекомендована література:

1. Білоусова С.В. Економіко-математичне моделювання: компендіум і практикум : навч. посіб. / С.В. Білоусова, Т.В. Ковальчук. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 524 с.

## **САМОСТІЙНА (ІНДИВІДУАЛЬНА) РОБОТА**

Виконання індивідуального завдання можливе у вигляді реферату або усної доповіді на практичному занятті за наступними темами:

### **1. Теоретичні та методологічні основи моніторингу світового ринку туристичних послуг**

1. Соціально-економічна сутність моніторингу.
2. Специфіка моніторингу послуг.
3. Сутність і зміст моніторингу світового ринку туристичних послуг.

4. Розвиток теорії і практики моніторингу.
5. Рівні і координація моніторингу світового ринку туристичних послуг.

6. Моніторинг світового ринку туристичних послуг на національному рівні.

7. Туристське підприємство – основна ланка реалізації концепції моніторингу.

8. Сучасні тенденції розвитку моніторингу туристських підприємств.

9. Основні умови застосування і принципи моніторингу в туризмі.

10. Технологія реалізації концепції моніторингу на туристському підприємстві.

11. Сутність і завдання моніторингових досліджень.
12. Методичні основи моніторингових досліджень.
13. Правила і процедури моніторингових досліджень.
14. Форми організації моніторингових досліджень.
15. Напрямки моніторингових досліджень.

### **2. Організація і техніка здійснення, інформаційне забезпечення моніторингу світового ринку туристичних послуг**

16. Система внутрішньої моніторингової інформації.
17. Система зовнішньої моніторингової інформації.
18. Система збору первинної моніторингової інформації.
19. Система аналізу моніторингової інформації.
20. Автоматизовані моніторингові інформаційні системи.
21. Сутність стратегічного моніторингового планування.
22. Розробка програми моніторингу.

23. Бюджет моніторингу.
24. Організація моніторингу на туристському підприємстві.
25. Концепція моніторингу світового ринку туристичних послуг.
26. Зміст моніторингових досліджень та необхідність в них.
27. Напрямки моніторингових досліджень світового ринку туристичних послуг та підходи до їх реалізації.
28. Модель моніторингу підприємства й особливості моніторингової діяльності світового ринку туристичних послуг.
29. Система моніторингової інформації туристичного підприємства.
30. Функції моніторингової інформаційної системи туристичного підприємства.
31. Структура моніторингової інформаційної системи туристської компанії.
32. Організація моніторингових структур туристичного підприємства.

## ЗАВДАННЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ СТУДЕНТІВ ЗАОЧНОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ

Відповідно до навчального плану студенти заочного відділення виконують контрольну роботу. Вибір варіанта здійснюється з викладачем та фіксується в журналі. Для послідовного і чіткого викладу матеріалу слід скласти план роботи. Під час виконання роботи необхідно використовувати джерела, наведені в навчальній програмі і рекомендовані на лекціях, а також підручники та нормативні акти, що відповідають темі роботи. Обсяг контрольної роботи не повинен перевищувати 20 сторінок формату А4. Контрольна робота повинна містити вступ, основну частину, висновки. Наприкінці роботи необхідно навести список використаної літератури, вказати дату виконання і поставити підпис.

### Тематика контрольних робіт

#### **Варіант 1.**

Соціально-економічна сутність моніторингу.  
Специфіка моніторингу послуг.

#### **Варіант 2.**

Сутність і зміст моніторингу світового ринку туристичних послуг.  
Розвиток теорії і практики моніторингу.

#### **Варіант 3.**

Рівні і координація моніторингу світового ринку туристичних послуг.

Моніторинг туризму на національному рівні.

#### **Варіант 4.**

Туристське підприємство – основна ланка реалізації концепції моніторингу.

Сучасні тенденції розвитку моніторингу туристських підприємств.

#### **Варіант 5.**

Основні умови застосування і принципи моніторингу світового ринку туристичних послуг.

Технологія реалізації концепції моніторингу на туристському підприємстві.

#### **Варіант 6.**

Сутність і завдання моніторингових досліджень.  
Методичні основи моніторингових досліджень.

**Варіант 7.**

Правила і процедури моніторингових досліджень.  
Форми організації моніторингових досліджень.

**Варіант 8.**

Напрямки моніторингових досліджень.  
Система внутрішньої моніторингової інформації.

**Варіант 9.**

Система зовнішньої моніторингової інформації.  
Система збору первинної моніторингової інформації.

**Варіант 10.**

Система аналізу моніторингової інформації.  
Автоматизовані моніторингові інформаційні системи.

**Варіант 11.**

Сутність стратегічного моніторингового планування.  
Розробка програми моніторингу.

**Варіант 12.**

Бюджет моніторингу.  
Організація моніторингу на туристському підприємстві.

**Варіант 13.**

Концепція моніторингу світового ринку туристичних послуг.  
Зміст моніторингових досліджень та необхідність в них.

**Варіант 14.**

Напрямки моніторингових досліджень в туризмі та підходи до їх реалізації.

Модель моніторингу підприємства й особливості моніторингової діяльності в туризмі.

**Варіант 15.**

Система моніторингової інформації туристичного підприємства.  
Функції моніторингової інформаційної системи туристичного підприємства.

**Варіант 16.**

Структура моніторингової інформаційної системи туристської компанії.

Організація моніторингових структур туристичного підприємства.

## ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО ЗАЛІКУ

1. Предмет, мета, завдання курсу «Моніторинг світового ринку туристичних послуг».
2. Економічна природа світового ринку.
3. Характерні ознаки та особливості світового ринку в умовах глобалізації
4. Еволюція форм ринку.
5. Сутність процесів глобалізації у сучасному світі та їх вплив на світовий ринок послуг.
6. Інтелектуалізація світового ринку послуг в умовах глобалізації економічних процесів.
7. Новітні тенденції у розвитку світового ринку послуг.
8. Особливості функціонування та структура світового ринку послуг.
9. Теоретичні засади моніторингу світового ринку туристичних послуг.
10. Суть, мета, завдання моніторингу.
11. Структурно-логічна послідовність моніторингу світового ринку туристичних послуг.
12. Взаємозв'язок моніторингу з іншими видами дослідження світового ринку послуг.
13. Економічний зміст поняття «кон'юнктура» та основні закономірності його формування.
14. Види кон'юнктури з точки зору привабливості для туристичних бізнесу.
15. Характерні ознаки та ознаки кон'юнктури світового ринку туристичних послуг.
16. Роль та місце світового ринку туристичних послуг у глобальній економіці.
17. Поняття кон'юнктуроформувального чинника. Кон'юнктуроформувальні чинники на світовому ринку туристичних послуг.
18. Особливості чинників, пов'язаних із економічними циклами (циклічних кон'юнктуроформувальних чинників) та їх вплив на кон'юнктуру світового ринку туристичних послуг.
19. Вплив постійнодіючих нециклічних кон'юнктуроформувальних чинників на ринкову ситуацію у

туристичній сфері.

20. Вплив тимчасових нециклічних кон'юктуроформувальних чинників (сезонність, політичні та соціальні конфлікти, стихійні лиха) на стан світового ринку туристичних послуг.

21. Основи методики моніторингу світового ринку туристичних послуг.

22. Основні принципи системного підходу при здійсненні моніторингу світового ринку туристичних послуг

23. Основні етапи моніторингу світового ринку туристичних послуг.

24. Інформаційне забезпечення здійснення моніторингу світового ринку туристичних послуг.

25. Види та форми інформації, що використовуються у процесі моніторингу світового ринку туристичних послуг.

26. Основні джерела економічної інформації про явища та процеси, що формують і розвивають кон'юктуру світового ринку туристичних послуг.

27. Організаційні та методичні основи аналізу кон'юктури світового ринку туристичних послуг.

28. Система показників для аналізу кон'юктури світового ринку туристичних послуг.

29. Методи та форми аналізу кон'юктури світового ринку туристичних послуг.

30. Основні принципи прогнозування кон'юктури світового ринку туристичних послуг.

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

## Базова

1. Закон України «Про туризм»// Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 31.
2. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанный бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Агафонова Л. Г., Агафонова О. Є. / Київ, Ун-т туризму, економіки і права. – Київ .: Знання України, 2002. – 352 с.
3. Азарян О.М., Жукова Н.Л., Іщенко О.А. та ін. Аналіз комплексу маркетингу на міжнародному ринку туристичних послуг: Монографія. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2015. – 135 с.
4. Бутенко А.И. Конъюнктура рынка / Бутенко А.И., Кучеренко В.Р., Карпов В.А. – Одесса : ОГЭУ, 1998. – 218 с.
5. Доумен Д. Изучение конъюнктуры рынка – это просто / Д. Доумен, Д. Деннинсон, М. Доумен. – Ростов н/Д : Феникс, 2004. – 350 с.
6. Заблоцька Р.О. Світовий ринок послуг : підручник / Заблоцька Р. О. – Київ : Знання, 2004. – 280 с.
7. Кабушкин Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов: учебник / Кабушкин Н.И., Бондаренко Г.А. – [3- е изд., перераб. и доп.] – Минск : Новое знание, 2003. – 368 с.
8. Карпов В.А. Маркетинг: прогнозування кон'юнктури ринку : навчальний посібник / Карпов В.А., Кучеренко В.Р. – К.: Товариство «Знання», КОО, 2001. – 215 с.
9. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм : учебник для вузов / Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. ; [под ред. Ноздревой Р. Б.] ; [пер. с англ.]. – Москва : ЮНИТИ, 1998. –787 с.
10. Кучеренко В.Р. Основи економічної кон'юнктури : навч. посібник / Кучеренко В.Р., Карпов В.А. – Київ : Центр навчальної літератури, 2004. – 224 с.
11. Ляшенко Г.П. Кон'юнктурні дослідження на світових ринках : навчальний посібник / Ляшенко Г.П., Лазебник Л.Л. – Ірпінь : Академія ДПС України, 2003. – 92 с.
12. Рум'янцев А.П. Світовий ринок послуг : навч. посібник / Румянцев А.П., Коваленко Ю.О. – Київ : Центр навчальної літератури, 2006. – 456 с.

13. Світовий ринок товарів та послуг: Підручник. – у 2 ч. / [А.А. Мазаракі, Є.М. Воронова, І.В. Чаус та ін.; за заг. ред. А.А. Мазаракі]. – Київ : Київ. нац. торг.-економ. ун-т, 2005. – 319 с.

#### Допоміжна

1. Гонтаржевська Л.І. Ринок туристичних послуг в Україні: Навч. посіб. – Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. – 180 с.

2. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу: Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.

3. Євтушевський В.А. Стратегія корпоративного управління / В.А. Євтушевський, К. В. Ковальська, Н.В. Бутенко. – К.: Знання, 2007. – 287 с.

4. Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник. – К.: Знання, 2008. – 661 с.

5. Мальченко В.М. Маркетинг послуг: Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2006. – 360 с.

6. Мунін Г.Б. Управління сучасним готельним комплексом : навчальний посібник / Мунін Г.Б., Змійок А.О. ; [за заг. ред. Дорогунцова С.І.]. – Київ : «Консалтком», 2003. – 520 с.

7. Пащук О.В. Маркетинг послуг: стратегічний підхід : навчальний посібник / Пащук О.В. – Київ : ВД «Професіонал», 2005. – 560 с.

8. Рум'янцев А.П. Міжнародна торгівля послугами / Рум'янцев А.П., Коваленко Ю.О. – Київ : Центр навчальної літератури, 2003. – 112 с.

9. Скибінський С.В. Маркетинг готельних послуг / Скибінський С.В., Іванова Л.О., Моргун О.Ф. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2000. – 246 с.

10. Чорненська Н.В. Організація туристичної індустрії: Навч. Посіб – 3-тє вид., доп. і перероб. – К.: Атіка, 2008. – 392 с.

11. Шульгіна Л.М. Маркетинг підприємств туристичного бізнесу: Монографія. – К.: Київ. нац. торг.-економ. ун-т, 2005. – 597 с.

12. Щербань В.М. Маркетинговий менеджмент: Навч. посіб. – К.: Центр навчальної літератури, 2016. – 224 с.

#### Інформаційні ресурси

13. Державна служба статистики України. – [Електронний

ресурс]. – Режим доступу до сайту - <http://www.ukrstat.gov.ua/>  
Посилання дійсне на 15.06.2019 р.

14. Потребительские рынки. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до сайту - <http://romir.ru/experience/international/>  
Посилання дійсне на 15.06.2019 р.

15. Исследования в открытом доступе в «Энциклопедии маркетинга» . – [Електронний ресурс] – Режим доступу до сайту - <http://www.cfin.ru/shop/software/index.php/> Посилання дійсне на 15.06.2019 р.

16. Маркетинг территорий. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до сайту - <http://www.marketologi.ru/publikatsii/knigi/marketing-territorijj-izdatelstvo-piter/> Посилання дійсне на 15.06.2019 р.

17. Стратегія розвитку туризму і курортів на період до 2026 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 бер. 2017 р. № 168-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту - <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501/> Посилання дійсне на 15.06.2019 р.

18. Щорічні звіти UNWTO. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до сайту - <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights> /Посилання дійсне на 15.06.2019 р.

19. HoReCa. Ресторанное дело – Електронний ресурс. - режим доступу до сайту - <http://www.magazine.horeca.ru/archive/restaurant/> Посилання дійсне на 15.06.2019 р.

20. Сайт дослідницького холдингу ROMIR – Електронний ресурс. - режим доступу до сайту - <http://www.romir.ru/> / Посилання дійсне на 15.06.2019 р.

21. Гостиничный бизнес онлайн – Електронний ресурс. - режим доступу до сайту - <http://www.prohotelia.com/> Посилання дійсне на 15.06.2019 р.

22. European Chains & Hotels Report 2019 – Електронний ресурс. - режим доступу до сайту - [https://hotconf.com/wp-content/uploads/2019/09/Report-HTL\\_2019\\_EU\\_CHAINS-2.pdf](https://hotconf.com/wp-content/uploads/2019/09/Report-HTL_2019_EU_CHAINS-2.pdf) Посилання дійсне на 15.06.2019 р.

## КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Згідно з діючою в університеті системою комплексної діагностики знань студентів, з метою стимулювання планомірної та систематичної навчальної роботи, оцінка знань студентів здійснюється за 100-бальною системою.

Кожен змістовний модуль оцінюється за 100-бальною системою. Отримані за кожен змістовний модуль бали підсумовуються та діляться на 2.

### **Форми контролю знань студентів:**

- поточний;
- модульний;
- підсумковий (залік).

Оцінювання знань студентів в університеті здійснюється за 100-бальною шкалою, яка переводиться відповідно у національну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») та шкалу європейської кредитно-трансферної системи (ЄКТС –А, В, С, D, E, FХ, F). Поточний контроль знань студентів протягом одного семестру включає оцінку за роботу на лекційних, лабораторних, практичних або семінарських заняттях та самостійну роботу.

### **Ведення опорного конспекту лекції:**

Опорний конспект лекції (ОКЛ) – вид навчально-методичного посібника, в якому у стислому і системному вигляді викладений основний теоретичний матеріал у формі основних понять і положень, що структурно й логічно пов'язані між собою. Дані поняття та положення є лише опорними сигналами, вони вимагають пояснень і визначень, що мають записати студенти під час лекції. Його ведення сприяє системному і глибокому засвоєнню навчального матеріалу, дозволяє простежити структурні зв'язки між різними поняттями, положеннями, концепціями, проблемами теоріями тощо. Кожний студент повинен мати ОКЛ на лекціях і вести в ньому записи власноруч. Під час аудиторної роботи з ОКЛ студенти записують основні тези лекції та пояснення викладача у визначеному в конспекті полі.

Відвідування студентом лекції та її наявність в ОКЛ з дисципліни «Моніторинг світового ринку туристичних послуг» дає студенту **3 бали** в кожному змістовному модулі.

### **Робота на практичних заняттях:**

Під час практичних занять студенти усно доповідають на питання. Активна робота студента на занятті оцінюється в **5 балів**.

### Критерії оцінки на практичному занятті

Бали	Критерії оцінки
5	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів або письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, активний, часто виступає і часто задає питання; активно, дуже добре працює в парі/групі/команді.
4	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів або письмових відповідей, розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, активний, часто виступає і часто задає питання.
3	Володіє навчальним матеріалом, виконує більшість завдань практичних занять і домашньої/самостійної роботи іноді виступає і задає питання; добре працює в парі/групі/команді.
2	Частково володіє навчальним матеріалом, іноді виконує завдання практичних занять; інколи виступає і задає питання; не дуже добре працює в парі/групі/команді.
1	Зовсім не виконує завдання практичних занять, інколи виступає і задає питання; не дуже добре працює в парі/групі/команді.

### Самостійна робота студентів

#### Самостійна робота студентів/індивідуальне завдання

Виконання індивідуального завдання можливе у вигляді реферату або усної доповіді на практичному занятті. Така форма надає студенту можливість отримати максимум **8 додаткових балів** в 1 модулі та **16 балів** в другому модулі.

### Критерії оцінки індивідуального завдання:

1 модуль	2 модуль	Критерії оцінки
8-7	16-13	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає, глибоко та

		всебічно розкриває зміст теоретичних питань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу.
6-5	12-9	Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів, в основному розкриває зміст теоретичних питань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки.
4-3	8-5	В цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки.
2-0	4-0	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань, допускаючи при цьому суттєві неточності.

**МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ** знань студентів здійснюється через проведення аудиторних письмових контрольних робіт (теоретичні питання). В структурі навчання виділяють 2 змістовних модулі. Тобто студенти двічі за семестр складає модульний контроль та має можливість набрати максимум **30** балів з кожного. Правильна відповідь кожного питання оцінюється максимум в **15 балів**.

Студент, який з різних обставин не отримав необхідної кількості балів з будь-якої теми, має можливість самостійно її підготувати і пройти індивідуальний поточний контроль знань з цієї теми або виконати завдання до індивідуальні завдання роботи, що пропонуються в робочій програмі.

**ПІДСУМКОВИЙ МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ** знань студентів означає поступове накопичення балів від одного поточного модульного контролю до іншого в кінцевому рахунку отримання загального підсумкового балу.

1 модуль (максимум балів)		2 модуль (максимум балів)	
Лекції	12 (4 лекції*3)	Лекції	9 (3 лекції*3)
Практичні	40 (8 пр.зан*5)	Практичні	35 (7 пр.зан*5)
Самостійна робота	8	Самостійна робота	16
Ідз	10	Ідз	10
Контрольне тестування	30	Контрольне тестування	30
Всього	100	Всього	100

Підсумковим оцінюванням є залік.

Якщо студент з будь-якої поважної причини не виконав умов набору балів за період вивчення, він має змогу під час заліково-екзаменаційної сесії прийти на залік і скласти його усно (2 питання).

### **Критерії оцінювання кожного з питань, які виносяться на залік**

<b>Рівень знань</b>	<b>Оцінка за 100-бальною шкалою</b>	<b>Критерії оцінювання відповіді</b>
Відмінний рівень	90 – 100	Відповідь студента на 2 теоретичних питання: - містить повний, розгорнутий, правильний виклад матеріалу з поставленого питання; - демонструє знання основних понять і категорій та взаємозв'язку між ними, вірно розуміння змісту основних теоретичних положень; - вказує на вміння давати змістовний та логічний аналіз матеріалу з поставленого питання;

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонструє знання різних наукових концепцій та підходів щодо певної науково-теоретичної чи науково-практичної проблеми, пов'язаної з поставленим питанням;</li> <li>- здатність робити власні висновки в разі неоднозначності, спірного чи проблемного характеру поставленого питання чи проблеми.</li> </ul>
Добрий рівень	75 – 89	<p>Студент дав досить змістовну відповідь на 2 теоретичних питання, але відповідь містить наступні недоліки:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- недостатня повнота, незначні неточності чи прогалини при поясненні того чи іншого аспекту питання;</li> <li>- недостатньо детально розкритий предмет запитання, а основні поняття носять тезисний характер;</li> <li>- окремі формулювання є нечіткими; міститься інформація, котра не відноситься до змісту екзаменаційного питання.</li> </ul>
Задовільний рівень	60 – 74	<p>Студент дав відповідь на 2 поставлених питання, однак допустив суттєві помилки як змістовного характеру, так і при оформленні відповіді на питання, а саме:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- зміст відповіді свідчить про прогалини у знаннях з відповідного питання або ж про невірне розуміння окремих аспектів поставленого питання;</li> <li>- відповідь викладена недостатньо аргументовано та/або з порушенням правил логіки при поданні матеріалу;</li> <li>- відповідь не містить аналізу проблемних аспектів поставленого питання, свідчить про недостатню обізнаність з основними науковими</li> </ul>

		теоріями і концепціями, що стосуються відповідного питання.
Незадовільний рівень	0 – 59	Студент взагалі не відповів на питання, або його відповідь є неправильною, тобто містить грубі змістовні помилки щодо принципів аспектів поставленого питання. Аргументація відсутня взагалі або ж є абсолютно безсистемною чи алогічною.

В залежності від кількості допущених помилок викладач вирішує питання щодо оцінки по кожному питанню в межах визначеного бального діапазону.

### **Студенти заочного відділення виконують контрольну роботу.**

Кожен студент заочного відділення виконує контрольну роботу за варіантом. Вибір варіанта здійснюється за останньою цифрою в заліковій книжці.

В кожному варіанті необхідно розглянути 2 питання. Кожне питання оцінюється в 50 балів максимум.

Після перевірки викладачем контрольної роботи та її захисту в усному вигляді викладач допускає студента до заліку.

### **Критерії оцінки контрольної роботи для заочників:**

Контрольна робота, письмова та усний захист	Критерії оцінки
50-40	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу.
30-25	Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу.

	Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки.
24-16	В цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки.
15-10	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності.
9-2	Частково володіє навчальним матеріалом не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки.
1-0	Не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань.

Бали отримані студентом за 2 модулі (середнє арифметичне) та бали за залік підсумовуються та вираховується середнє арифметичне.

Сума балів, накопичених здобувачем вищої освіти за виконання всіх видів поточних навчальних завдань (робіт) на практичних (лабораторних) заняттях та на підсумковому модульному контролі, свідчить про **ступінь оволодіння ним програмою навчальної дисципліни** на конкретному етапі її вивчення. Протягом семестру студенти можуть набрати від 0 до 100 балів, що переводяться у національну шкалу оцінювання і відповідно у шкалу ЄКТС. Кількість балів відповідає певному рівню засвоєння дисципліни:

## Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для курсового (роботи), практики	для заліку
90 – 100	<b>A</b>	відмінно	зараховано
82-89	<b>B</b>	добре	
74-81	<b>C</b>		
64-73	<b>D</b>	задовільно	
60-63	<b>E</b>		
35-59	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	<b>F</b>	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни