

## ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні кафедри туризму та готельно-ресторанної справи  
протокол № 16 від 19.08.2024 р.

### Тематика кваліфікаційних робіт для здобувачів вищої освіти за спеціальністю 242 «Туризм і рекреація» освітньою програмою «Міжнародний туристичний бізнес» ОС «магістр»

1. Просування туристичного кластеру (дестинації) на світовий (національний) ринок.
2. Формування туристичного іміджу України на ринку зарубіжної країни (за вибором).
3. Туристичний імідж України та його просування на світовому ринку.
4. Просування івентів на світовий (національний) туристичний ринок.
5. Розвиток туристичного потенціалу території (регіону / дестинації) *(назва)*.
6. Проектування туристично-рекреаційного напрямку в регіоні *(назва)*.
7. Формування стратегії підвищення конкурентоспроможності туристичного підприємства.
8. Інформаційні технології туристичного підприємства та ефективність їх застосування.
9. Управління комунікаційною діяльністю туристичного оператора.
10. Управління сервісною діяльністю туристичного оператора.
11. Управління марвісною діяльністю туристичного оператора.
12. Формування бренду туристичного оператора.
13. Туристичний потенціал національного туроперейтингу та можливості його виходу на світовий ринок.
14. Формування збутової мережі туристичного оператора в середовищі Інтернет.
15. Просування туристичного продукту у сегменті \_\_\_\_\_ туризму на світовому (національному) ринку.
16. Франчайзинг та розвиток франчайзингової мережі туристичних агенцій.
17. Інноваційна діяльність туристичного оператора.
18. Формування привабливості туристичного продукту в сегменті \_\_\_\_\_ туризму на світовому ринку.
19. Формування інноваційного туристичного продукту в сегменті \_\_\_\_\_ туризму.
20. Організація ефективного просування та реалізації туристичного продукту на світовому ринку.
21. Просування туристичної дестинації *(назва)* на світовий ринок.
22. Розроблення туристичного бренду дестинації *(назва)*.
23. Розроблення стратегії сталого розвитку туризму в дестинації *(назва)*.
24. Розвиток туристичного потенціалу локальної *(назва)* дестинації.

25. Організаційно-економічні основи становлення і розвитку туристичної дестинації в регіоні (назва).
26. Візовий режим як один із інструментів адміністративного регулювання міжнародних туристичних потоків.
27. Вплив глобалізації на функціонування світового ринку туристичних послуг.
28. Інновації як засіб формування конкурентних переваг туристичного підприємства.
29. Корпоративна культура як інструмент формування конкурентних переваг туристичного підприємства.
30. Державне регулювання туризму в Україні та шляхи його вдосконалення.
31. Міжнародне співробітництво України у сфері туризму.
32. Конкурентоспроможність національної туристичної галузі на міжнародному рівні та шляхи її підвищення.
33. Вплив туризму на соціально-економічний розвиток України (дестинації).
34. Вплив війни росії проти України на функціонування національного (міжнародного) туристичного ринку.
35. Перспективи розвитку ринку міжнародного туризму України у повоєнний період.
36. Проблеми та перспективи інтеграції України у світовий туристичний ринок.
37. Діяльність транснаціональних корпорацій на світовому туристичному ринку.
38. Система управління якістю послуг туристичного підприємства: проблеми формування та розвитку.
39. Сучасний стан та перспективи розвитку транскордонного туризму в Україні.
40. Концепція глобальних міст як центрів розвитку міжнародного туризму та шляхи її реалізації.
41. Удосконалення організації управління на туристичному підприємстві.
42. Міжнародна політика у сфері туризму та роль ВТО у її реалізації.
43. Міжнародні туристичні виставки та ярмарки як інструмент просування туристичного продукту.
44. Подієвий туризм як інструмент просування туристичних дестинацій.
45. Міжнародний досвід використання культурної (історико-культурної) спадщини у формуванні брэнда дестинації (України).
46. Міжнародний досвід забезпечення доступності туризму для людей з особливими потребами.
47. Імідж туристичного підприємства та шляхи його вдосконалення.
48. Управління життєвим циклом туристичного продукту.
49. Стратегічне планування діяльності туристичного підприємства.
50. Інтернет-маркетинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності туристичного підприємства.
51. PR-діяльність туристичного підприємства та шляхи її удосконалення.
52. Формування рекламної стратегії туристичного підприємства.

53. Конкурентоспроможність ринку міжнародного туризму в Україні та шляхи її підвищення.
54. Електронний маркетинг як інструмент зміцнення позицій туристичних підприємств України на міжнародному ринку.
55. Формування стратегії удосконалення рекреаційного потенціалу дестинації (України) на міжнародному туристичному ринку.
56. Формування стратегії розвитку \_\_\_\_\_ туризму як інструмент посилення міжнародної привабливості туристичного ринку України.
57. Формування стратегії розвитку \_\_\_\_\_ туризму в Україні як інструмент активізації в'їзного (внутрішнього) туризму.
58. Формування стратегії розвитку туризму в дестинації.

Завідувач кафедри



Наталія ЧОРНА