

ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні кафедри туризму та
готельно-ресторанної справи
протокол № 13 від 01.09.2025 р.

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

1. Особливості просування регіону (дестинації) на світовому (національному) ринку.
2. Формування туристичного іміджу України на ринок 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 регіону (дестинації) (назва).
6. Проектування туристично-рекреаційного напрямку в регіоні/дестинації (назва).
7. Розробка бізнес-плану створення (діяльності) туристичного підприємства.
8. Формування стратегії підвищення конкурентоспроможності туристичного підприємства.
9. Інформаційні технології туристичного підприємства та шляхи підвищення їх ефективності.
10. Формування бренду туристичного підприємства.
11. Потенціал національного туроперейтингу та перспективи його розвитку на світовому ринку.
12. Формування збутової мережі туристичного оператора в середовищі Інтернет.
13. Просування туристичного продукту у сегменті _____ туризму на світовому (національному) ринку.
14. Франчайзинг та розвиток франчайзингової мережі туристичних підприємств.
15. Інноваційна (комунікаційна/маркетингова/сервісна) діяльність туристичного підприємства.
16. Управління _____ інноваційною (комунікаційною/маркетинговою/сервісною) діяльністю туристичного підприємства.
17. Формування привабливості туристичного продукту в сегменті _____ туризму на світовому туристичному ринку.
18. Формування інноваційного туристичного продукту в сегменті _____ туризму на світовому туристичному ринку.
19. Організація ефективного просування та реалізації туристичного продукту на світовому ринку.

20. Просування туристичної дестинації (назва) на світовий ринок.
21. Розроблення туристичного бренду регіон (дестинації) (назва).
22. Розроблення стратегії сталого розвитку туризму в дестинації (назва).
23. Розвиток туристичного потенціалу локальної дестинації (назва).
24. Організаційно-економічні основи становлення і розвитку туристичної дестинації (назва).
25. Візовий режим як інструмент адміністративного регулювання туристичних потоків.
26. Вплив глобалізації на функціонування світового туристичного ринку.
27. Інновації як інструмент формування конкурентних переваг туристичного підприємства.
28. Корпоративна культура як інструмент формування конкурентних переваг туристичного підприємства.
29. Державне регулювання туризму в Україні та шляхи його вдосконалення.
30. Міжнародне співробітництво України у сфері туризму.
31. Конкурентоспроможність туристичної галузі України на міжнародному рівні та шляхи її підвищення.
32. Вплив туризму на соціально-економічний розвиток України (дестинації).
33. Вплив війни росії проти України на функціонування національного (світового) туристичного ринку.
34. Проблеми та перспективи інтеграції України у світовий туристичний ринок.
35. Діяльність транснаціональних корпорацій на світовому туристичному ринку.
36. Система управління якістю послуг туристичного підприємства: проблеми формування та розвитку.
37. Сучасний стан та перспективи розвитку транскордонного туризму в Україні.
38. Концепція глобальних міст як центрів розвитку міжнародного туризму та можливості її реалізації на рівні _____.
39. Удосконалення організації управління на туристичному підприємстві.
40. Міжнародна політика у сфері туризму та роль ВТО у її реалізації.
41. Міжнародні туристичні виставки та ярмарки як інструменти просування туристичного продукту (дестинації).
42. Подієвий (культурно-пізнавальний/гастрономічний/винний/інший) туризм як інструмент просування туристичної дестинації.
43. Міжнародний досвід використання культурної (історико-культурної) спадщини у формуванні бренда дестинації (України).
44. Міжнародний досвід забезпечення доступності туризму для людей з особливими потребами.

45. Імідж туристичного підприємства та шляхи його вдосконалення.
46. Управління життєвим циклом туристичного продукту.
47. Стратегічне планування діяльності туристичного підприємства.
48. Інтернет-маркетинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності туристичного підприємства.
49. PR-діяльність туристичного підприємства та шляхи її удосконалення.
50. Формування рекламної стратегії туристичного підприємства.
51. Формування механізму забезпечення економічної безпеки туристичного підприємства.
52. Електронний маркетинг як інструмент зміцнення позицій туристичних підприємств України на світовому ринку.
53. Інноваційний туристичний продукт як складова пропозиції регіонального ринку туристичних послуг.
54. Доступність туристичних об'єктів та безбар'єрність як тренд на туристичному ринку України та зарубіжних країн.
55. Віртуальні тури та екскурсії як сучасний канал комунікації в туризмі.
56. Особливості функціонування та перспективи розвитку суб'єктів туристичної галузі України в умовах повномасштабної війни.
57. Ретрит-тури на туристичному ринку України та зарубіжних країн: досвід організації, проблеми та перспективи розвитку.
58. Особливості розвитку міжнародного туристичного ринку в умовах глобальних викликів.
59. Локальна кухня та крафтові продукти як інструменти формування туристичної привабливості дестинації.
60. Сучасні виклики та небезпеки в міжнародному туристичному бізнесі та їх вплив на розвиток туристичної галузі.
61. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку внутрішнього туризму в Україні.
62. Удосконалення економічних підходів до управління туристичним бізнесом в умовах повномасштабної війни.

Завідувач кафедри



Наталія ЧОРНА