

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМ. Г.С.СКОВОРОДИ

Некос С.В.

**КУРС ЛЕКЦІЙ ТА МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
ДО ПРАКТИЧНИХ РОБІТ З КУРСУ
«ГЕОГРАФІЯ ТУРИЗМУ»**

Харків 2016

Некос С.В., доцент, кандидат географічних наук, доцент, зав.кафедрою географії Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди

Рецензенти:

Ричак Н.Л., кандидат географічних наук, доцент кафедри екології та неоекології екологічного факультету Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

Білокопитова В.С., викладач кафедри географії Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди

УДК 551.49

Затверджено редакційно-видавничою радою Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди

протокол № 3 від 20.10.2016 р.

Некос С.В. Курс лекцій та методичні рекомендації з курсу «Географія туризму» – Харків, ХНПУ ім. Г.С.Сковороди, 2016. – 43 с.

Анотація

Методичні рекомендації призначено для студентів, які навчаються на історичному факультеті в групах географічної спеціалізації. В рекомендаціях наданий необхідний теоретичний матеріал для самостійного вивчення розділу, перелічено основний термінологічний апарат, який необхідно засвоїти під час вивчення курсу, наведений зміст та хід виконання практичних робіт.

Видано за рахунок автора

© Харківський національний педагогічний
Університет імені Г.С. Сковороди

ПРОГРАМА КУРСУ "ГЕОГРАФІЯ ТУРИЗМУ"

Метою викладання навчальної дисципліни «Географія туризму» є формування сучасного суспільно-географічного мислення та системи спеціальних знань з теоретичних основ вивчення географії туризму, формування міжнародних туристичних потоків та особливостей територіальної організації туризму в світі.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Географія туризму» є

- дати поглиблене і розгорнуте уявлення студентам про міжнародний туризм, основні чинники розвитку і методи вивчення цієї сфери людської життєдіяльності;
- сформувати у студентів наукове розуміння особливостей формування і закономірностей розміщення міжнародних туристичних потоків та їх значення для розвитку національної економіки;
- навчити студентів ефективно використовувати здобуті знання у їх практичній діяльності, пов'язаній із туристичним бізнесом;

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати:

- основні види туристичних ресурсів
- закономірності розвитку міжнародного туризму
- особливості формування туристичних потоків та їх розміщення в туристичних регіонах світу
- функціонування туристичного ринку в світі і в Україні
- структуру світових туристичних організацій та їх вплив на організацію міжнародного туризму
- перспективи розвитку міжнародного туризму у світі і в Україні

вміти:

- аналізувати розміщення міжнародних туристичних потоків
- оцінювати вплив міжнародного туризму на економіку країни і регіону
- розраховувати туристичні потреби населення країни і регіону
- обґрунтовано формувати міжнародні туристичні маршрути згідно попиту і пропозицій на ринку туристичних послуг

Зміст навчальної дисципліни за модулями та темами

Модуль 1. Туристичні основи географії туризму

Тема 1.1. Предмет, метод і поняттєво-термінологічний апарат географії туризму.

Мета, завдання та структура курсу. Поняттєво-термінологічний апарат. Поняття «дозвілля», «рекреація», «туризм», «турист», «мігрант». Місце географії туризму в структурі географічних наук, зв'язок з іншими дисциплінами.

Суб'єкти в туризмі: туристи, організації, що надають туристам товари та послуги, місцеві органи влади, приймаюча сторона, місцеве населення.

Турист, туристичний продукт, індустрія туризму. Основні і супутні туристичні товари й послуги. Всесвітня туристична організація (ВТО), її діяльність, публікації. Туристичні організації в Україні.

Тема 1.2. Класифікація туризму.

За географічним принципом (внутрішній, міжнародний). Напрямки туристичних потоків. Мета поїздки (відпочинок, рекреація, науково-пізнавальна, екскурсійна подія, релігійна-паломницька, спортивна та ін.). Джерело фінансування в туризмі. Види туризму за способом пересування. Засоби розміщення туристів. Кількість учасників (груповий, одиничний туризм). Тривалість перебування. Розташування туристичного місця. Інтенсивність туристичного потоку. Організаційна форма туризму.

Тема 1.3. Туристичні ресурси.

Природні, технологічні, суспільні, подієві туристичні ресурси. Кількісні та якісні характеристики туристичних ресурсів. Природні туристичні ресурси першого порядку – кліматотерапевтичні, водні, бальнеологічні, ландшафтні складові; другого порядку – орографічні, лісові, флоро-фауністичні або біотичні складники. Особливості, характеристики та приклади по країнам. Сезонність туризму.

Суспільні туристичні ресурси: археологічні, архітектурні, культурологічні, паркові, техногенні. Особливості, характеристики та приклади по країнам.

Подієві туристичні ресурси: громадські, мистецькі, спортивні, політико-економічні, культурно-історичні, релігійні. Особливості, характеристики та приклади по країнам.

Технологічні ресурси, їх необхідність і значення.

Тема 1.4. Основи функціонування туристичного ринку.

Поняття туристичного ринку. Попит, пропозиція, ціна послуг. Турагенти і туроператори. Провідні міжнародні туроператори. Готельна індустрія. Основні об'єкти розміщення. Класифікація готелів. Заклади харчування туристів. Класифікація підприємств харчування. Екскурсійні послуги та туристичні маршрути. Транспортне забезпечення туризму. Класифікація транспортних подорожей. Класифікація транспортних засобів. Автобусні перевезення. Авіаційний транспорт. Залізничні маршрути. Безпека туристів в подорожі. Шкідливі фактори: небезпека отримання травм, вплив навколишнього середовища, пожежі, біологічні фактори, психофізичне навантаження, небезпека випромінювання, хімічні чинники, аварії транспорту. Страхування під час подорожі. Документи СОТ і МООЗ з безпеки туриста.

Модуль 2. Характеристика туристичних регіонів світу.

Тема 2.1. Туристичні маршрути.

Екскурсійні послуги та туристичні маршрути. Підготовка екскурсії. Вибір теми екскурсії; підготовка екскурсовода для проведення даної екскурсії. Об'єкти екскурсій: місця. Пов'язані з історичними подіями; природні об'єкти і заповідники; будівлі і споруди; меморіальні пам'ятники і комплекси: твори архітектури, пам'ятники мистецтва, експозиції музеїв, картинних галерей. Виставок. Визначення переліку залучених коштів на проведення екскурсій; калькуляція витрат на проведення екскурсій;

Розробка туристичного маршруту. Дослідження туристських ресурсів по передбачуваній трасі маршруту; визначення типу маршруту. Дослідження туристських ресурсів по перередбачуваній трасі маршруту; визначення типу маршруту; побудова ескізної моделі маршруту; прив'язка маршруту до пунктів життєзабезпечення; розробка схеми безпеки на маршруті; розробка паспорта маршруту; узгодження паспорта з відповідними службами; реклама маршруту.

Тема 2.2 Туристичні регіони світу.

Туристичні регіони згідно підходів, запропонованих Світовою туристичною Організацією, у межах яких відокремлено окремі субрегіони (райони): Американський, у складі Північно, Центральної, Південної Америки та Карибського басейну. Європейський (Південна, західна, Північна та Центральна і Східна Європа) Африканський (Північна, Західна, Центральна, Східна та Південна Африка), Азійсько-Тихоокеанський, у складі Північно-Східної, Південної, Південно-Східної Азії та Океанії, куди також належать Австралія та Нова Зеландія. Окремим регіоном світового туризму є Близькосхідний, до якого належать країни арабського світу у Північній Африці та на Близькому Сході. Обсяг туристів і доходів від туризму за регіонами. Характеристики туристичних регіонів світу.

Короткий курс лекцій

Туристичні основи географії туризму

Предмет, метод і поняттєво-термінологічний апарат географії туризму

Туризм є великим сектором економіки. Це тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування з будь-якою метою: оздоровчою, пізнавальною, професійно-діловою чи іншою.

Турист — людина, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни на термін від 24 годин до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін.

В процесі туристичної діяльності створюється туристичний продукт (ярмарки, виставки, реклама, туристичні інформаційні центри з продажу туристичного продукту, видання проспектів, буклетів, каталогів та ін.).

Просування туристичного продукту – це комплекс дій, що спрямований на реалізацію туристичного продукту.

Туристична індустрія – це сукупність засобів розміщення, транспортних засобів, центрів харчування, оздоровлюючих, розважальних, пізнавальних, спортивних та інших об'єктів, що використовуються у цілях туризму, туроператорські та турагентські організації, які пропонують екскурсійні послуги та послуги гідів-перекладачів.

Туроператорська діяльність передбачає формування, просування та реалізацію туристичного продукту. Виконується на основі ліцензії юридичною особою або підприємцем (туроператором).

Турагентська діяльність передбачає просування та реалізацію туристичного продукту, що виконується на основі ліцензії юридичною особою або підприємцем (турагентом).

Послуги гіда-перекладача передбачають діяльність професійно підготовленої фізичної особи з метою ознайомлення туристів з туристичними ресурсами країни тимчасового перебування.

Документом, що підтверджує факт передачі туристичного продукту є **туристична путівка. Туристський ваучер** – документ, що встановлює право туриста на послуги, які входять у склад туру.

Туристська індустрія спирається на **матеріально-технічну базу** до якої відносяться готелі, туристські бази, туристські фірми, підприємства харчування та торгівлі, автотранспортні підприємства, пункти прокату туристського обладнання, контрольно-рятивні служби та ін. Також туристська індустрія спирається на природні ресурси, до яких висувуються наступні вимоги:

територія повинна бути відповідних розмірів, захищена від будь яких ризиків (природних або антропогенних).

Туризм має важливе соціально-економічне значення: підвищує місцевий прибуток, створює нові робочі місця, розвиває всі галузі, що пов'язані із здійсненням туристичних послуг, розвиває соціальну та виробничу інфраструктуру в туристських центрах, активізує діяльність центрів народних промислів та розвиток культури, сприяє зростанню рівня життя місцевого населення, підвищує валютні надходження.

Туристські організації класифікуються за ознаками:

- національно-територіальна: міжнародні, регіональні, національні організації, які мають відповідно всесвітній регіональний та національний характер;
- суспільно-державна: урядові, суспільні, частні;
- за видом діяльності: регулюючі, постачальники, ринкові агенти, розробники, консультанти, проектні та освітні підприємства, видавці, професійні асоціації, торгові та споживчі підприємства;
- за сферою діяльності: транспортні, туристські агенти, туроператори, локальні профспілки.

Мотиваційні аспекти в туризмі

Туристська мотивація – це діяльність людини що спрямована на задоволення рекреаційних потреб в залежності від власних психо-фізіологічних особливостей, поглядів, цінностей, освіти та ін. Мотиви можуть бути основні та побічні, які попереджають поведінку людини у якості покупця тур продукту та впливають на відбір всіх його складових елементів.

Класифікація мотивів.

За метою подорожі: відпочинок, розваги; пізнання; спорт та його супровід; лікування; паломництво; ділова мета; гостева мета.

За видами відпочинку: турбота про здоров'я (культурно-оздоровчі, лікувальні, з використанням оздоровчих видів спорту, екзотичні тури); заняття спортом; освіта (вивчення іноземних мов, мовна практика, навчання різним видам спорту, професійні програми навчання); можливість самоствердження (пригодницькі тури, походи, сафари, мисливство, експедиції та будь що); можливість заняття хобі; вирішення ділових проблем; розваги та спілкування; підвищення культурного рівня.

Туристські мотиви поділяються на чотири категорії за інтересами різних туристських груп: природні та кліматичні мотиви, культурні мотиви, економічні мотиви, психологічні мотиви. Турист приймає рішення про вибір подорожі, що відповідає одночасно декільком **мотиваційним виходам**. Мотиваційні виходи класифікуються за співвідношенням головної та побічної мети відпочинку.

1. *Єдиний обоснований мотиваційний вихід, що переважає є вирішальним при виборі місця туристичного призначення. Інші цілі вторинні та не мають вирішального значення. Група мотивацій: спортивний інтерес, розважальний, оздоровчий.*
2. *Один переважаючий та декілька вторинних виходів, рішення про відбір яких може бути прийнято при відповідному збігу обставин під час подорожі. Група мотивацій: пізнавальна, престижно-іміджева, культурно-розважальна.*
3. *Головний мотиваційний вихід та декілька чітко виділених супутніх. Група мотивацій: пляжно-оздоровча, пляжно-активна та спортивна, транжирно-покупна, розважальна.*

Мотиваційні виходи класифікуються **за метою подорожі:** відпочинок (зняття стресу, зміна обстановки та природно-кліматичних умов, бажання спілкування з іншими, знайомство з іншою культурою, порівняння умов життя з власними,

бажання отримати на деякий час високий рівень обслуговування, отримати задоволення от вражень, взяти участь в азартних іграх, романтична пригода, потратити гроші); пізнання (пам'ятки природи та культури, екзотичний тваринний та рослинний світ, зробити унікальні фотографії); розваги (атракціони, аквапарки, тематичні парки, театри, цирки, казино, кабаре, стриптиз-шоу, карнавали, фестивалі, національні свята, спортивні змагання, ігри); лікування (за цільовою функцією виділяють: оздоровчий; лікування в якості супутньої програми, лікування за направленням лікаря); паломництво (святкування культових обрядів, само удосконалення, досягнення внутрішніх конфесійних цілей, пізнання духовного «нового»).

Етапи прийняття рішення про купівлю туристського продукту.

1. Усвідомлення потреби або проблеми.
2. Пошук інформації.
3. Оцінка варіантів.
4. Рішення про купівлю.
5. Реакція на отриманий продукт.

Основні чинники туристської мотивації:

- Вік
- Освіта
- Соціальна приналежність
- Менталітет
- Конфесія
- Дохід
- Сімейний стан
- Робота
- Відпустка
- Стан здоров'я

- Чисельність туристської групи
- Направлення туристичної поїздки
- Сезонність
- Активність відпочинку

Основні перепони, що стоять на шляху до виїзду:

- Вартість поїздки
- Нестача часу
- Стан здоров'я
- Життєвий цикл сім'ї
- Дефіцит інтересу
- Страх та безпека

Культура, як чинник мотивації

Основою культурного туризму є історико-культурний потенціал країни.

Об'єкти культурної спадщини:

- ❖ Пам'ятки археології
- ❖ Культова та цивільна архітектура
- ❖ Пам'ятки ландшафтної архітектури
- ❖ Малі або великі історичні міста
- ❖ Сільські поселення
- ❖ Музеї, театри, виставки и т.ін.
- ❖ Соціокультурна інфраструктура
- ❖ Народні промисли та ремесла
- ❖ Технічні комплекси та споруди.

Методи оцінки культурних комплексів

1. Дефіренціювання за містом у світовій та вітчизняній культурі;
2. За часом, що відведено на огляд пам'ятки.

Чинники, які впливають а привабливість туристського регіону.

- Інфраструктура
- Рівень цін
- Центри комерції та шопінгу
- Досяжність
- Відношення до туристів
- Спортивні та освітні центри
- Природна привабливість, клімат
- Культурні та соціальні характеристики: мистецтво, музика, таці, народні промисли, архітектура, історія, література, релігія, традиції, індустрія та бізнес, агрокультура, освіти, національна кухня.

Виділяють наступні ***категорії культурної, історичної та природної спадщини:***

- ті, що в основному, використовують туристи;
- змішаного використання (менш значні);
- ті, що використовуються в основному місцевим населенням.

Політика туристичного розвитку відображує:

- визначення основних туристичних регіонів, охорону пам'яток класифікація культурної, історичної та природної спадщини;
- використання в туристських цілях національної спадщини;
- виховання поваги місцевого населення та туристів до культурних цінностей регіону.

Концепція *адекватного туризму*, що розроблена Східним Мічиганським університетом туризму та подорожей базується на збереженні та використанні національної спадщини та традицій місцевості.

Принципи адекватного туризму:

- сприяння збереженню культурної, історичної та природної спадщини;
- виділення унікальності спадщини даної місцевості відносно інших регіонів;
- виховання відповідальності у місцевого населення за унікальну спадщину;
- розробка програми розвитку туризму на основі використання унікальної спадщини.

Соціально-психологічні аспекти туризму

Позитивні аспекти впливу туризму на життя місцевого населення:

- підвищення доходів, рівня життя місцевого населення;
- створення нових робочих місць;
- прискорення процесу урбанізації, розвиток міської інфраструктури, культурно масових підприємств;
- відродження місцевих культурних цінностей, розвиток народних ремесел, традицій;
- охорона та відновлення пам'яток культури;
- розширення природних комплексів та привабливості регіону;
- покращення місцевого культурного життя.

Негативні аспекти:

- комерціалізація інтересів різних груп населення;
- підвищення частки некваліфікованої праці;
- підвищення негативних проявів у житті (алкоголізм, хуліганство, проституція, розлучення та ін.);
- комерціалізація культури та втрата самобутності туристського напрямку;
- конфлікти між місцевим населенням та туристами.

Типологія туристів за туристською роллю(співвідношення «нового» та «знайомого»):

1. *Організований масовий турист* (максимум «знайомого», мінімум «нового»).
2. *Індивідуальний турист* (домінує «знайоме» але у меншій ступені).
3. *Турист дослідник* (домінує «нове», але є також і «знайоме»).
4. *Турист бродяга* (повністю домінує «нове»).

Зовнішні чинники, що впливають на туристичну активність:

- Демографічні та соціальні зміни (старіння населення, підвищення частки одиноких людей, ріст числа бездітних сімейних пар, тенденція до пізніх шлюбів, підвищення числа працюючих жінок, підвищення сімейного прибутку, підвищення можливостей туризму);
- Зміна у політиці та законодавчій сферах;
- Економічні та фінансові зміни;
- Розвиток торгівлі;
- Стан транспортної інфраструктури;
- Безпека подорожі.

Категорії місця туристичного призначення:

1. Велике місто;
2. Територія з обмеженими можливостями.

Елементи місця туристичного призначення: географічне розташування, клімат, флора, фауна, віддаленість від місця проживання туриста.

Туристичні регіони світу

Американський субрегіон, у складі Північної, Центральної, Південної Америки та Карибського басейну.



Гранд-Каньйон, Арізона



Каньйон Антилопи, Арізона



Капітолій, Вашингтон



Пентагон, Вашингтон



Алькатрас, Каліфорнія



Долина Смерті, Каліфорнія



Водоспад Йосеміті, Каліфорнія



Міст «Золота брама», Сан-Франциско, Каліфорнія



Гребля Гувера, Лас-Вегас



Кораловий замок, Майами, США



Статуя Свободи, Нью-Йорк



Бруклінський міст, Нью-Йорк



Емпайер-стейт-білдінг, Нью-Йорк



Парк розваг «Світ Уолта Диснея», Орlando



Башня Спейс-Нідл, Сіетл, США



Панамський канал



Долина Монументів, Юта, США



Вулкан Тахумулько, Гватемала



Піраміда Тікаль, Гватемала



Парк Секвойя, США



Сенот Дзітнуп, Юкатан



Ледник Перито-Морено, Патагонія



Статуя Христа-Визвольника, Ріо-де-Жанейро



Водоспад Анхель, Венесуела



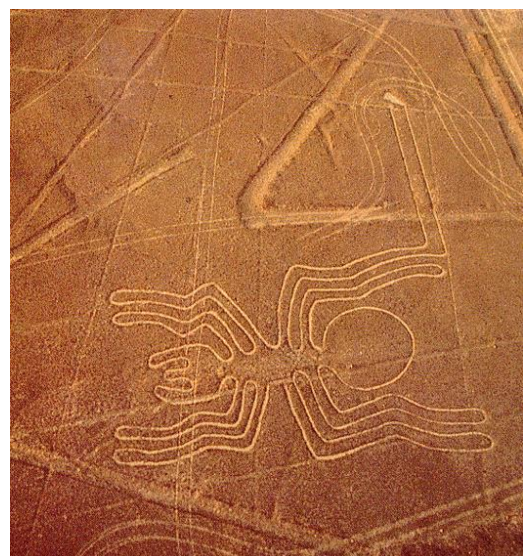
Мачу-Пікчу, Перу



Національний парк «Рапа-Нуї», Острів Пасхи



Ігуасу, Південна Америка



Пустеля Наска , Перу



Озеро Тітікака, Перу та Болівія



Галапагоські острови

Європейський субрегіон (Південна, Західна, Північна та Центральна і Східна Європа)



Парфенон, Афіни, Греція



Ратуша Брюгге, Бельгія



Ейфелева вежа, Франція



Канали Венеції, Італія



Геотермальний комплекс Блакитна лагуна, Ісландія



Віндзорський замок, Англія



Букінгемський палац, Англія



Вестмінстерське абатство, Англія



Замок Нойшванштайн, Німеччина



Кельнський собор, Німеччина



Капітолій, Рим, Італія



Пізанський собор, Італія



Замок Бран (Замок Дракули), Румунія



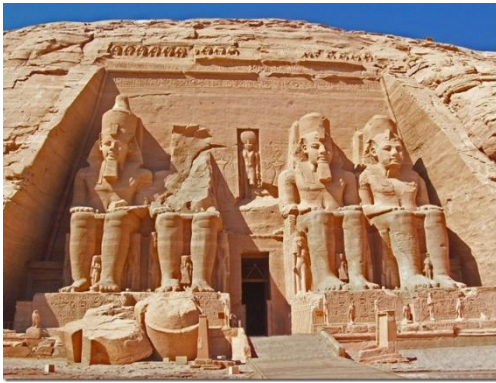
Собор Парижської Богоматері
(Нотердам-де-Парі) Франція



Версальський палац, Франція

Маріїнський палац, Київ

Африканський субрегіон (Північна, Західна, Центральна, Східна та Південна Африка)



Абу-Сімбел, Єгипет



Луксор, Єгипет



Єгипетські піраміди



Сфінкс, Єгипет



Каїрський історичний музей, Єгипет



Кіліманджаро, Танзанія



Водоспад Вікторія, Зімбабве



Драконові гори, Африка

Азійсько-Тихоокеанський субрегіон, у складі Північно-Східної, Південної, Південно-Східної Азії та
Океанії, куди також належать Австралія та Нова Зеландія



Велика китайська стіна, Китай



Тадж-Махал, Індія



Імператорський палац, Пекін



Фудзіяма, Японія



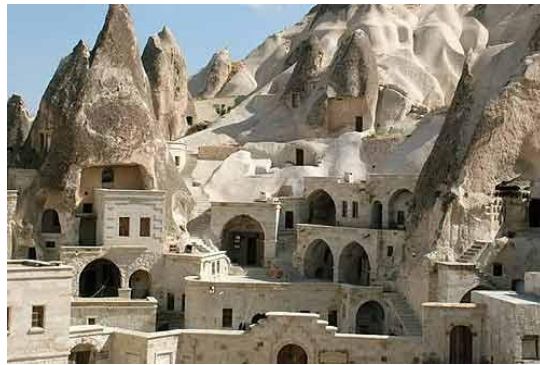
Храм Боробудур, Індонезія



Казбек, Грузія



Памуккале, Туреччина



Каппадокія, Туреччина



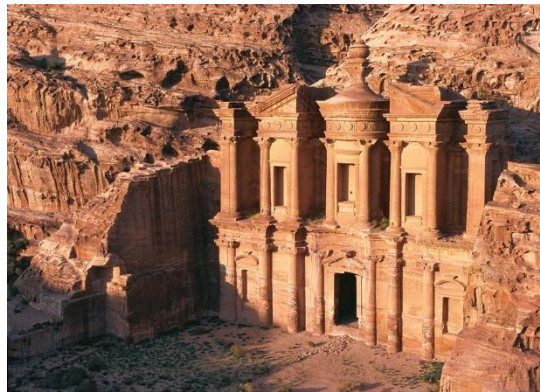
Протока Босфор, Туреччина



Мертве море, Ізраїль



Стіна плачу, Ізраїль



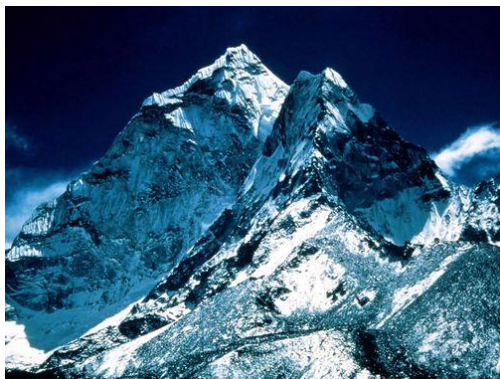
Петра, Йорданія



Мекка, Саудівська Аравія



Пальмові острови, Дубаї



Джомолунгма



Національний парк Читван, Непал



Мангровий ліс Сундарбан, Індія, Бангладеш



Арі атол, Мальдіви



Фортеця Сігірія, Шрі-Ланка



Гісарська фортеця, Таджикистан



Мечеть Бііи Ханум, Самарканд, Узбекистан



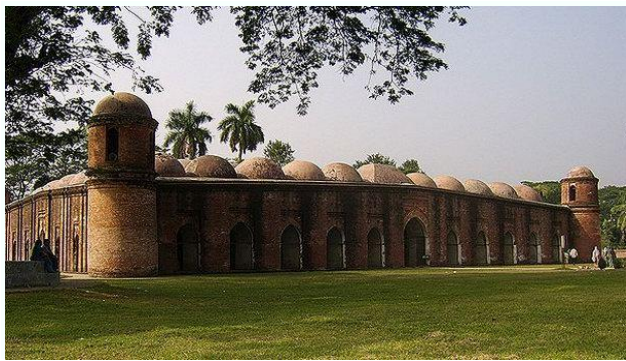
Долина Катманду, Непал



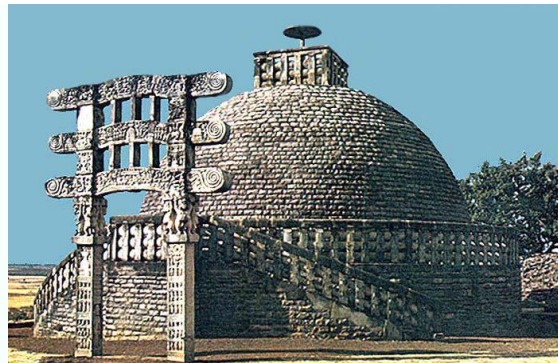
Монастир Таксанг-Лаханг-Дзонг, Бутан



Палац вітрів, Джайпур, Бангладеш



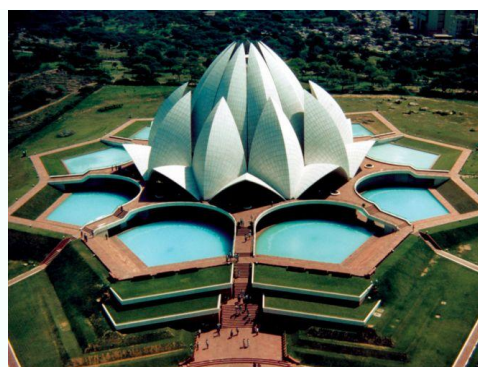
Місто Мечетій Бахерхат, Бангладеш



Буддійська ступа в Санчі, Індія



Золотий храм Дамбулла, Шрі-Ланка



Храм Лотоса, Індія



Пустеля Гобі



Мавпячий заповідник Джигокудани, Японія



Ландшафт Денксія, Китай



Ферма лотосів, Камбоджа

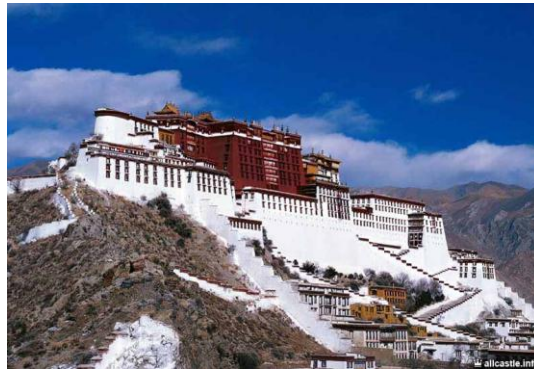
Архіпелаг Пхі Пхі, Таїланд



Заповідник Букіт Тіма, Сінгапур



Сад Рьоан-дзі, Японія



Палац Потала, Китай



Пагода Шведагон, М'янма



Великий Бар'єрний риф, Австралія



Червона скеля Айєрс-рок, Австралія



Сіднейський оперний театр, Австралія



Блакитні гори, Австралія



Національний парк Какаду, Австралія

ЗАВДАННЯ № 1

Мотиваційні аспекти в туризмі

Мета завдання: навчитися визначати мотиваційні аспекти за ціллю подорожі.

Завдання.

1. На контурній карті різним кольором позначити центри туризму пов'язані з відпочинком, розвагами; пізнанням; спортом та його супроводженням; лікуванням; паломництвом; діловою метою; гостевою метою.

2. В таблиці для заданого викладачем регіону вказати міста, які відвідуються з різною метою.

Країна	Місто	Мета подорожі					
		відпочинок	розваги	спорт	паломництво	ділова	гостева

3. Проаналізувати та визначити для кожної країни регіону найбільш важливу мотиваційну мету подорожі.

ЗАВДАННЯ № 2*Адекватний туризм*

Мета завдання: навчитися визначати чинники адекватного туризму.

Завдання.

1. Визначити якими ресурсами (спадщиною) унікальна територія.

Назва країни

2. Проаналізувати та визначити яким чином ресурси можуть бути використано.

3. Розробити програму розвитку туризму на основі використання унікальної спадщини.

4. Проаналізувати проблему сезонного коливання попиту.

5. Зробити висновки про можливості розвитку адекватного туризму обраного регіону.

ЗАВДАННЯ № 3

Світова культурно-історична та природна спадщина

Мета завдання: вивчити та вміти впізнавати на фотознімку історичні та природні пам'ятки світового значення.

Завдання.

1. Ознайомитися та запам'ятати зображення світових історичних та природних пам'яток.
2. Підписати пам'ятки на контурній карті.
3. Підготуватися до відео тестування з визначення назви та місця розташування пам'яток.

Відповіді відео тестування записати в таблицю.

[illegible]

ЗАВДАННЯ № 4

Культурно-історична та природна спадщина України

Мета завдання: вивчити та вміти впізнавати на фотознімку історичні та природні пам'ятки України.

Завдання.

1. Ознайомитися та запам'ятати зображення історичних та природних пам'яток України.
2. Підписати пам'ятки на контурній карті.
3. Підготуватися до відео тестування з визначення назви та місця розташування пам'яток.

№ п/п	Назва пам'ятки	Місто розташування (область, місто)

Базова

1. Александрова А.Ю. Міжнародний туризм: посібник для вузів. – М.: Аспект Пресс, 2001
2. Кузик С.П. Географія туризму: навч.посібник. – К.: Знання, 2011. – 271 с.
3. Масляк П.О. Країнознавство: підруч.для студ. та викл. ВНЗ / П.О. Масляк. – К.: Знання, 2008. – 292 с.
4. Романов А.А., Саакянц Р.Г. География туризма: учебное пособие. – М.: Советский спорт, 2002
5. Самойленко А.А. География туризма: учебное пособие. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2006.
6. Смаль І.В. Географія туризму та рекреація: словник-довідник. – Тернопіль: Навчальна книга-Богдан, 2010.

7. Смаль І.В. Туристичні ресурси світу. – ніжин: Вид-во Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2010. – 336 с.
8. Стафійчук В.І. Туристичне країнознавство: туристичні ресурси світу. Європа, Азія, Австралія та Океанія: навч.посіб. / В.І. Стафійчук, О.Ю. Малиновська. – К.: Альтерпрес, 2009. – 427 с.

Допоміжна

1. Воскресенский В.Ю. Международный туризм: учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2006
2. Квартальнов В.А. Туризм. – М.: Финансы и статистика, 2002.
3. Кузик С.П. Географія туризму: навч.посібник. – К.: Знання, 2011. – 271 с.
4. Квартальнов В.А., Зорин И.В. Экономика туризма. - М.: Финансы и статистика, 2001.
5. Папирян Г.А. Международные экономические отношения: маркетинг в туризме. - М.: Финансы и статистика, 2000.
6. Сенин В.С. Организация международного туризма. - М.: Финансы и статистика, 2003.
7. Страны мира от А до Я. Новый информационный справочник / Сост. С.А. Романцова. – Х.: Книжный клуб «Клуб семейного досуга», 2007.

Інформаційні ресурси

Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації <http://www2.unwto.org>

Офіційний сайт Державного комітету статистики України <http://www.ukrstat.gov.ua>

Організація Об'єднаних націй <http://www.un.org>

Світова книга фактів <http://www.cia.gov/cia/publications/factbook/docs>

Карти світу <http://nationalgeographic.com>

Зміст

Програма курсу «Географія туризму».....	3
Короткий конспект лекцій.....	7
Туристичні регіони світу.....	16
ЗАВДАННЯ № 1. Мотиваційні аспекти в туризмі.....	30
ЗАВДАННЯ № 2. Адекватний туризм.....	32
ЗАВДАННЯ № 3. Світова культурно-історична та природна спадщина	35

ЗАВДАННЯ № 4. Культурно-історична та природна спадщина України.....	39
Література.....	41

Навчальне видання

Некос Світлана Володимирівна

Підписано до друку 2016. Друк RISO.

Тираж 20 прим.