**ГЕОГРАФИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА**

**Специальность:** 2-89 01 01 «Туризм и гостеприимство»

|  |  |
| --- | --- |
| Курс | 3 |
| Семестр | 5,6 |
| Теоретические знания, часы | 86 |
| Практические занятия, часы | 10 |
| Лабораторные занятия, часы | - |
| Экзамен, семестр | - |
| Дифференцированный зачет, семестр | 1/6 |
| Зачет, семестр | - |
| Аудиторных часов по учебному предмету | 96 |
| Всего часов по учебному предмету | 96 |

*Цель учебного предмета:* формирование у учащихся целостного представления о туристском потенциале различных регионов мира и отдельных стран, современном уровне его использования, приоритетах дальнейшего развития внутреннего и международного туризма.

*Задачи:*

изучение теоретико-методологических основ географии туризма, освоение и формирование базового понятийно-терминологического аппарата;

изучение основных понятий о территориальных рекреационных системах и рекреационном районировании, оценка современного состояния развития туризма в регионах и прогноз их дальнейшего рекреационного освоения;

изучение рекреационных ресурсов, туристской освоенностью и перспектив развития туризма в различных регионах;

выявление социально-экономической сущности туризма и изучение его всестороннего влияния на развитие стран и регионов;

определение роли международных и региональных организаций в регулировании международного туристского движения и решении проблем, связанных с его развитием;

формирование навыков комплексного экономико-географического анализа туристского пространства регионов и стран мира;

В результате изучения учебного предмета «География международного туризма» учащиеся должны:

*знать:*

роль международных и региональных организаций в регулировании международного туристического движения и проблемы, связанные с его развитием;

структурные особенности функционирования туристического рынка на основе изучения различных сегментов и факторов его развития;

территориальные особенности и тенденции развития международного туризма в различных странах и регионах;

пути повышения эффективности развития международного туризма в Республике Беларусь на основе изучения позитивного опыта зарубежных стран в области формирования конкурентоспособного туристического продукта;

понятийно-терминологический аппарат в области географии туризма и рекреационной географии;

социально-экономическую сущность туризма и его всестороннее влияние на развитие стран и регионов;

классификацию стран и регионов по различным критериям и показателям интенсивности и концентрации туристических функций;

общие и региональные закономерности формирования и развития территориальной структуры туристического рынка; туристическо-рекреационные потенциалы стран и основных туристических центров; характеристики международных туристических регионов;

*уметь:*

применять методику комплексного экономико-географического анализа туристического рынка для выявления пространственных и структурных особенностей туристического рынка стран и регионов;

выявлять тенденции и пространственные особенности развития туризма на разных иерархических уровнях;

оценивать влияние различных групп факторов на развитие туризма в странах и регионах;

определять основные направления повышения конкурентоспособности туристического продукта стран на основе комплексного экономико-географического анализа туристического рынка.