**Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича**  
(повне найменування закладу вищої освіти)  
 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Географічний факультет\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  
(назва інституту/факультету)  
 **Кафедра** Соціальної географії та рекреаційного природокористування  
(назва кафедри)

**СИЛАБУС  
 навчальної дисципліни**

***Економіка i ціноутворення в галузі туризму***(вкажіть назву навчальної дисципліни (іноземною, якщо дисципліна викладається іноземною мовою))  
**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  
(вказати: обов’язкова)

**Освітньо-професійна програма** *Міжнародний туризм*  
 (назва програми)  
**Спеціальність \_\_\_\_\_\_\_***242Туризм \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_* (вказати: код, назва)  
**Галузь знань** *\_\_24 Сфера обслуговування***\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  
 (вказати: шифр, назва)  
**Рівень вищої освіти \_\_***Перший бакалаврський***\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  
 (вказати: перший (бакалаврський)/другий (магістерський)/третій (освітньо-науковий)  
*Географічний факультет***\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  
(назва факультету/інституту, на якому здійснюється підготовка фахівців за вказаною освітньо-професійною програмою)  
   
**Мова навчання \_\_\_\_\_\_\_\_\_***українська***\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  
 (вказати: на яких мовах читається дисципліна)

Розробники:\_*Костащук Володимир Іванович, доцент кафедри соціальної географії та раціонального природокористування, кандидат географічних наук.*

(вказати авторів (викладач (ів)), їхні посади, наукові ступені, вчені звання)  
  
**Профайл викладача (-ів)** http://www.socgeo.chnu.edu.ua/index.php?page=ua/02personnel&data[1761][caf\_pers\_id]=1266&commands[1761]=item  
**Контактний тел.** 0953105124   
**E-mail:** v.kostaschuk@chnu.edu.ua

**Сторінка курсу в Moodle** <https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=2888>

**Консультації** Зазначте формат і розклад проведення консультацій  
 Очні консультації: Середа 13.00-14.00  
 Онлайн-консультації: Четвер (13.00-14.30).  
 Очні консультації: за попередньою домовленістю.

(Середа та п'ятниця з 13.00 до 14.00).

**1. Анотація дисципліни (призначення навчальної дисципліни).**

Вивчення нормативної навчальної дисципліни “Економіка і ціноутворення в галузі туризму” складена відповідно до галузевого стандарту підготовки бакалавра із спеціальності 242 „Туризм.” освітньої програми „Міжнародний туризм”.

В процесі вивчення навчальної дисципліни студент ознайомиться із особливостями формування цін на туристичний продукт, впливом на ціни різних чинників, а також методами встановлення цін. Важливе значення має практична підготовка. Практичні заняття спрямовані на здобуття практичних навичок аналізу ринкового середовища та визначення ціни туристичного продукту.

**2. Мета навчальної дисципліни:** Метою викладання навчальної дисципліни “*Економіка і ціноутворення в галузі туризму*” є *ознайомлення майбутніх бакалаврів-туристів з основним теоретичними і практичними положеннями утворення цін в туризмі під час практичної фахової діяльності, показати роль знань про формування цін на розвиток туристичного бізнесу, сформувати уявлення про основні методи формування цін в туризмі.*

**3. Пререквізити.** *Бухгалтерський облік, Економіка підприємства, Фінанси підприємства, Макетинг, Менеджмент.*.

**4. Результати навчання** *(формулювання результатів навчання у вигляді переліку загальних та фахових компетентностей (досягти…., аналізувати…). визначених відповідною освітньо-професійною програмою, із зазначенням рівня їх сформованості через достатність для вирішення певних завдань професійної діяльності)*

**знати:** . *роль ціни в розвитку туристичного бізнесу; основні методи формування цін в міжнародному туризмі; функції цін в розвитку міжнародного туризму; суть процесів глобалізації та їх вплив на формування ці в міжнародному туризмі; особливості державної політики в формуванні цін та її вплив на визначення ціни міжнародного туристичного продукту; нормативно-правові акти щодо формування цін в міжнародній туристичній діяльності в Україні та світі.*

**вміти:** *аналізувати основні чинники формування цін в міжнародному туризмі; розробляти калькуляцію туру; планувати цінову політику в сфері міжнародного туризму; класифікувати види цін; проводити моніторинг цін на ринку туристичних послуг; враховувати цінові ризики при визначенні цін в міжнародному туризмі.*

**5. Опис навчальної дисципліни**

**5.1. Загальна інформація**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Назва навчальної дисципліни *Економіка і ціноутворення в галузі туризму*** | | | | | | | | | | | | |
| **Форма навчання** | **Рік підготовки** | **Семестр** | **Кількість** | | | **Кількість годин** | | | | | | **Вид**  **підсумко**  **вого контролю** |
| **кредитів** | **годин** | **змістових модулів** | **лекції** | **практичні** | **семінарські** | **лабораторні** | **самостійна робота** | **індивідуальні завдання** |
| **Денна** | 2020 | 5 | 5 | 150 | 2 | 30 | 30 | - | - | 90 | - | іспит |
| **Заочна** | 2020 | 5 | 5 | 150 | 2 | 8 | 8 |  | - | 134 | - | іспит |

**5.2. Дидактична карта навчальної дисципліни**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Назви змістових модулів і тем | Кількість годин | | | | | | | | | | | |
| денна форма | | | | | | Заочна форма | | | | | |
| усього | у тому числі | | | | | усього | у тому числі | | | | |
| л | п | лаб | інд | с.р. | л | п | лаб | інд | с.р. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
| **Змістовий модуль 1**. Соціально-економічна сутність ціни | | | | | | | | | | | | |
| Тема 1. Соціально-економічна сутність ціни | 11 | 2 | 2 | - | - | 7 | 12 | 2 | 1 | - | - | 10 |
| Тема 2. Турис­тичний продукт як об‘єкт ціноутворення | 11 | 2 | 2 | - | - | 7 | 12 | 2 | 1 | - | - | 10 |
| Тема 3. Попит і пропозиція туристичного продукту як основа формування цін | 13 | 2 | 4 | - | - | 7 | 10 | - | 2 | - | - | 10 |
| Тема 4. Конкуренція та її види. Особливості формування цін за умов конкуренції | 10 | 2 | 2 | - | - | 6 | 10 | - | - | - | - | 10 |
| Тема 5. Маркетингова діяльність туристичних підприємств та формування цін | 10 | 2 | 2 | - | - | 6 | 10 | - | - |  |  | 10 |
| Тема 6. Формування цін на різних типах ринку | 10 | 2 | 2 | - | - | 6 |  |  |  |  |  |  |
| Тема 7. Процеси глобалізації та їх вплив на формування цін в міжнародному туризмі | 8 | 2 | - |  |  | 6 |  |  |  |  |  |  |
| Разом за змістовим модулем 1 | 73 | 14 | 14 | - | - | 45 | 54 | 4 | 4 |  |  | 50 |
| **Змістовий модуль 2.** Особливості та методи формування цін в туризмі | | | | | | | | | | | | |
| Тема 8. Методи визначення цін | 11 | 4 | 4 |  |  | 7 | 12 | - | 2 | - | - | 10 |
| Тема 9. Особливості формування цін в міжнародному туризмі | 11 | 2 | 2 |  |  | 7 |  |  |  |  |  |  |
| Тема 10. Фінансово-кредитна політика та її вплив на формування цін в міжнародному туризмі | 11 | 2 | 2 |  |  | 7 |  |  |  |  |  |  |
| Тема 11. Податки i соціальні платежі як чинник формування цін в міжнародному туризмі | 10 | 2 | 2 |  |  | 6 |  |  |  |  |  |  |
| Тема 12. Цінові ризики та їхній вплив на формування цін в міжнародному туризмі | 10 | 2 | 2 |  |  | 6 | 11 | 1 | - | - | - | 10 |
| Тема 13. Інфляційні процеси та їх вплив на ціни в міжнародному туризмі | 10 | 2 | 2 |  |  | 6 | 10 | - | - | - | - | 10 |
| Тема 14. Вплив держави на формування цін в міжнародному туризмі | 10 | 2 | 2 |  |  | 6 | 10 | - | - | - | - | 10 |
| Разом за змістовим модулем 2 | 77 | 16 | 16 |  |  | 45 | 54 | 2 | 2 |  |  | 50 |
| Усього годин | 108 | 30 | 30 |  |  | 78 | 108 | 4 | 4 |  |  | 100 |

**5.3. Зміст завдань для самостійної роботи**

|  |  |
| --- | --- |
| №  з/п | Назва теми |
| 1 | Соціально-економічна сутність ціни |
| 2. | Вплив цін на туристичну діяльність |
| 3. | Роль цін, у розвитку туристичного бізнесу. |
| 4. | Вплив економічного середовища на формування цін на туристичному підприємстві. |
| 5. | Вплив ціни на діяльність туристичних підприємств. |
| 6. | Туристичний продукт як об‘єкт ціноутворення |
| 7. | Особливості цінової політики на окремих етапах життєвого циклу товару |
| 8. | Розкрийте соціально-економічну сутність чинників, що впливають на формування цін в туристичній сфері |
| 9. | Соціально-економічна сутність класифікації цін та її основні критерії |
| 10. | Попит і пропозиція туристичного продукту як основа формування цін |
| 11. | Розкрийте основні чинники які впливають на попит в туризмі |
| 12. | Розкрийте основні чинники які впливають на пропозицію туристичних послуг |
| 13. | Розкрийте сутність рівноважної ціни на ринку туристичних послуг. |
| 14. | Соціально-економічна сутність категорії „корисність туристичного продукту” |
| 15. | Конуренція та її види. Особливості формування цін за умов конкуренції |
| 16. | Характеристика конкурент­ного середо­вища, яке контролюється ринком, виробником та урядом |
| 17. | Поняття про міжгалузеву конкуренцію та її особливості. |
| 18. | Внутрішньогалузева конкуренція. |
| 19. | Міжнародна конкуренція, її суть та особливості в туризмі. |
| 20. | Маркетингова діяльність туристичних підприємств та формування цін |
| 21. | Маркетингова діяльність туристичного підприємства та її вплив на формування ціни. |
| 22. | Маркетингові цілі цінової політики. |
| 23. | Основні фактори які визначають маркетингову політику туристичного підприємства |
| 24. | Охарактеризуйте основні маркетингові стратегії формування цін. |
| 25. | Формування цін на різних типах ринку |
| 26. | Стратегії ціноутворення в умовах чистої монополії. |
| 27. | Особливості ціноутворення на олігополістичному ринку. |
| 28. | Формування цін в умовах монополістичної конкуренції |
| 29. | Методи визначення цін |
| 30. | Особливості формування цін на туристичний продукт із врахуванням витрат та стану ринку. |
| 31. | Сутність параметричних методів формування цін в туризмі. |
| 32. | Основні етапи формування цін із врахуванням витрат та стану ринку |
| 33. | Охарактеризуйте основні етапи формування цін |
| 34. | Оцінка цінового ризику |
| 35. | Зовнішні чинник виникнення цінових ризиків |
| 36. | Внутрішні чинники виникнення цінових ризиків |
| 37. | Розкрийте особливості класифікації цінових ризиків |
| 38. | Інфляційні процеси та їх вплив на ціни |
| 39. | Поняття інфляції |
| 40. | Види інфляції |
| 41. | Методи оцінки інфляції |
| 42. | Вплив інфляції на ціну туристичного продукту |
| 43. | Вплив держави на формування цін в туризмі |
| 44. | Нормативно-правове регулювання цін |
| 45. | Прямі методи регулювання цін |
| 46. | Непрямі методи державного регулювання цін |

**6. Система контролю та оцінювання**

**Види та форми контролю**

Формами поточного контролю є: усна чи письмова (тестування, есе, реферат, творча робота, практична робота) відповідь студента та ін.

Формою підсумкового контролю є екзамен.

**Засоби оцінювання**

Засобами оцінювання та демонстрування результатів навчання можуть бути:

- контрольні роботи;

- стандартизовані тести;

- реферати;

- есе;

- розрахункові, графічні, розрахунково-графічні роботи;

- виконання практичних робіт

**Критерії оцінювання результатів навчання з навчальної дисципліни**

### 

### *Критерії оцінювання навчальних досягнень студентів за шкалою ЕCTS з дисципліни „Економіка і ціноутворення в галузі туризму”*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *Оцінювання в системі ЕCTS* | *Оцінка за національною шкалою* | *Рейтингова оцінка з дисципліни* | *Критерії оцінювання* |
| А | “Відмінно” | 90-100 | Ставиться у випадку, коли студент вільно володіє програмним матеріалом курсу в повному обсязі. Ґрунтовно складає визначення та сутність основних понять, термінів у сфері ціноутворення. Залучає до відповіді власний досвід, що набутий у процесі науково-дослідницької діяльності. Знає наукові здобутки вчених України та світу. Вміє провести комплексний аналіз особливостей ціноутворення в галузі туризму. Самостійно розкриває наукові методи, їх зміст та функції при визначенні цін на туристичний продукт. Виконав і успішно здав всі практичні роботи. |
| В | „Добре” | 80-89 | Студент самостійно трансформує визначення основних понять, термінів, які використовуються при визначенні цін на туристичний продукт, розкриває їх суть, значення, але в межах навчальних посібників. Володіє методикою та розкриває основні методи ціноутворення, їх зміст і функції. Студентом здані практичні роботи. Оцінка „добре” відрізняється від оцінки “відмінно” тим, що студент допускає окремі помилки і неточності, які не впливають на загальний характер відповіді. Програмний матеріал знає добре, відповідь є послідовною. |
| С | „Добре” | 70-79 | Відрізняється від „В” тим, що студент допускає більше неточностей у відповіді потребує додаткових питань для уточнення тих чи інших питань. |
| D | „Задовільно” | 60-69 | Знання студента завчені з підручника чи навчального посібника, висвітлює їх за допомогою конспекту чи викладача. Недостатньо володіє термінологією та методами, які використовуються при визначенні ціни. Студент відповідає на поставлене запитання не повністю, при розкритті спеціальних питань, термінів не може конкретизувати відповідь наведенням прикладів. Допускає значні помилки. Володіє мінімальними знаннями. Виконав більше 2/3 практичних робіт. |
| Е | „Задовільно” | 50-59 | Відрізняється від оцінки „ D” тим що студент допускає біль суттєві помилки під час відповіді. На більшу частину питань відповідає завченими з підручника фразами, потребує уточнених питань. Виконав не менше ½ практичних робіт |
| FX | „Незадовільно” з можливістю пов­торного складання | 35-49 | Студент не володіє матеріалом, не розуміє теоретичних і практичних питань, допускає грубі помилки, не орієнтується в предметі, не виконав жодної практичної роботи, потребує подальшої роботи над засвоєнням основних положень предмету. |
| F | „Незадовільно” з обов’язковим пов­торним курсом | 1-34 | Студент не орієнтується в предметі, не виконав жодної практичної роботи, потребує подальшої роботи над засвоєнням основних положень предмету. |

***Критерії оцінювання навчальних досягнень студентів при складанні іспиту з дисципліни „Економіка і ціноутворення в галузі туризму”***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| *І-ІІ питання*  *( по 15 балів)* | *ІІІ питання*  *(10 балів)* | *Критерії оцінювання* |
| 13-15 | 9-10 | Ставиться у випадку, коли студент вільно володіє програмним матеріалом курсу в повному обсязі. Ґрунтовно складає визначення та сутність основних понять, термінів у сфері визначення цін на туристичний продукт. Залучає до відповіді власний досвід, що набутий у процесі науково-дослідницької діяльності. Знає наукові здобутки вчених України та світу. Вміє провести комплексний аналіз актуальних проблем визначення ціни. Самостійно розкриває наукові методи, їх зміст, функції при дослідженні окремих аспектів ціноутворення. Володіє основними методами ціноутворення та вміє їх використовувати з метою практичного ціноутворення. |
| 10-12 | 7-8 | Студент самостійно трансформує визначення основних понять, термінів, які використовуються при визначенні цін на туристичний продукт, розкриває їх суть, значення, але в межах навчальних посібників. Володіє методикою та розкриває основні методи ціноутворення, їх зміст і функції. Студент допускає окремі помилки і неточності, які не впливають на загальний характер відповіді. Програмний матеріал знає добре, відповідь є послідовною. |
| 7-9 | 5-6 | Знання студента завчені з підручника чи навчального посібника, висвітлює їх за допомогою конспекту чи викладача. Недостатньо володіє термінологією та методами, які використовуються при визначенні цін. Студент відповідає на поставлене запитання не повністю, при розкритті спеціальних питань, термінів не може конкретизувати відповідь наведенням прикладів. Допускає значні помилки. Володіє мінімальними знаннями. |
| 4-6 | 3-4 | Студент не володіє матеріалом, не розуміє теоретичних і практичних питань, допускає грубі помилки, не орієнтується в предметі. Може перерахувати основні методи ціноутворення, їх функції. |
| 1-3 | 1-2 | Студент не орієнтується в предметі, допускає грубі помилки та може розкрити економічної сутності основних термінів та понять. |

### *Критерії оцінювання навчальних досягнень студентів при написанні*

***комплексної контрольної роботи (ККР)***

***з дисципліни „Економіка і ціноутворення в галузі туризму”***

|  |  |
| --- | --- |
| *.Оцінка за національною шкалою* | *Критерії оцінювання* |
| “Відмінно” | Ставиться у випадку, коли студент вільно володіє програмним матеріалом курсу в повному обсязі. Ґрунтовно складає визначення та сутність основних понять, термінів у сфері ціноутворення. Залучає до відповіді власний досвід, що набутий у процесі науково-дослідницької діяльності. Знає наукові здобутки вчених України та світу. Вміє провести комплексний аналіз особливостей ціноутворення в галузі туризму. Самостійно розкриває наукові методи, їх зміст та функції при визначенні цін на туристичний продукт. |
| „Добре” | Студент самостійно трансформує визначення основних понять, термінів, які використовуються при визначенні цін на туристичний продукт, розкриває їх суть, значення, але в межах навчальних посібників. Володіє методикою та розкриває основні методи ціноутворення, їх зміст і функції. Оцінка „добре” відрізняється від оцінки “відмінно” тим, що студент допускає окремі помилки і неточності, які не впливають на загальний характер відповіді. Програмний матеріал знає добре, відповідь є послідовною. |
| „Задовільно” | Знання студента завчені з підручника чи навчального посібника, висвітлює їх за допомогою конспекту чи викладача. Недостатньо володіє термінологією та методами, які використовуються при визначенні ціни. Студент відповідає на поставлене запитання неповністю, при розкритті спеціальних питань, термінів не може конкретизувати відповідь наведенням прикладів. Допускає значні помилки. Володіє мінімальними знаннями. |
| „Незадовільно” | Студент не володіє матеріалом, не розуміє теоретичних і практичних питань, допускає грубі помилки, не орієнтується в предметі. |

**Розподіл балів, які отримують студенти**

**Для прикладу (екзамен)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Поточне тестування, виконання практичних робіт та самостійна робота | | | | | | | | | | Підсумковий тест (екзамен) | Сума |
| Змістовий модуль 1 | | | | | Змістовий модуль 2 | | | | | 40 | 100 |
| Т1 | Т2 | Т3 | Т4 | Т5 | Т6 | Т7 | Т8 | Т9 | Т10 |
| 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 |

Т1, Т2 ... Т12 – теми змістових модулів.

**5. Рекомендована література –основна**

1. Верхоглядова Н.І. Основи ціноутворення: Навчальний посібник / Н.І. Верхоглядова, С.Б. Ільїна, Н.А. Іванникова, Я.Я. Слабко, Ю.В. Лисенко. – К.: Кондор, 2007р. – 252с.
2. Герасименко В. В. Ценовая политика фирмы. – М.: Финстатинформ, 1999. – 192 с.
3. Голощапов Н.А. Организация ценообразования на предприятии: Учеб.-практ. пособие. – М.: ГЕЛАН, 2000. – 360 с.
4. Гребенников П.И., Леусский А.И. Микроэкономика. – СПб.: УЭФ, 1998. – 447 с.
5. Есипов В., Маховикова И. Ценообразование на мировом рынке. – М.: ЛФЭИ, 1991. – 144 с.
6. Козлова И.Е., Энтов Р.М. Теория цены. – М.: Прогресс, 1995. – 239 с.
   1. Костащук В.І. Економіка і ціноутворення в галузі туризму : навч. посібник / В.І. Костащук. – Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2012. – 140 с.
7. Костащук В.І. Економіка і ціноутворення в галузі туризму : метод. вказівки до виконання практичних робіт / В.І. Костащук. – Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2012. – 80 с.
8. Корінєв В.Л. Цінова політика підприємства: Монографія. - К.: КНЕУ, 2001. – с.257.
9. Міжнародні правила по тлумаченню термінів “Інкотермс” / Уряд. кур’єр. – 1994. - № 177-178.
10. Нэгл Томас Т. Стратегия и тактика ценообразования. – СПб.: Питер, 2001. – 544 с.
11. Овчинников Г.П. Микроэкономика. Макроэкономика. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 1999. – 751 с.
12. Слепов В.А., Лавров С.И. Цены мирового рынка. Особенности ценообразования. – СПб.: ЛФЭИ, 2001. – 240 с.
13. Управління зовнішньоекономічною діяльністю / За ред. А.І. Кредісова – К.: ВІРА-Р, 2000. – 448 с.
14. Уткин Э.А. Цены. Ценообразование. Ценовая политика. – М.: ЭКМОС, 2002. – 224 с.
15. Цаулин А.Н. Цены и ценообразование в системе маркетинга. - М.: Флинт, 1997. – 448 с.
16. Ценообразование и рынок / Под ред. Е.И. Пунина – М.: Прогресс, 1992. – 318 с.
17. Цены и ценообразование: Учебник для вузов / Под ред. И.К. Салимжанова. – М.: Финстатинформ, 2000. – 304 с.
18. Чубаков Г.Н. Стратегия ценообразования в маркетинговой политике предприятия. – М.: ИНФРА-М, 1995. – 224 с.
19. Шим Дж., Сигел Дж. Методы управления стоимостью и анализа затрат. – М.: Филинъ, 1996. – 344 с.
20. Шкварчук Л.О. Ціни і ціноутворення: Навч. посібник. – К.: Кондор, 2003. – с.214.
21. Шуляк П.Н. Ценообразование: Учеб.-практ. пособие. – М.: Маркетинг, 1998. – 152 с.

**6. Інформаційні ресурси**

1. http://tourlib.net/metod\_tourism/kramchanin.htm

2. geo.chnu.edu.ua/res/geo/robociprog/kilin/5\_iur.doc

3. tourism-book.com/pbooks/book-39/ua/chapter-1913/

4. http://www.chnu.edu.ua/index. ‎