

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ**

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи



ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова приймальної комісії

Наталія ЗАМКОВА

27 квітня 2023 р.

**ПРОГРАМА
вступних фахових випробувань**

Ступінь вищої освіти	«магістр»
галузь знань	24 «Сфера обслуговування»
спеціальність	242 «Туризм і рекреація»
освітня програма	«Міжнародний туристичний бізнес»

ВСТУП

Програма вступного фахового випробування з дисциплін професійної підготовки для здобуття освітнього ступеня «магістр» підготовлена відповідно до освітньо-професійної програми (ОПП) підготовки магістра за спеціальністю 242 «Туризм і рекреація» освітньої програми «Міжнародний туристичний бізнес».

Вступне випробування має форму письмового тестування і призначено для виявлення рівня підготовки вступника, ступеня опанування ним професійних знань та вмінь.

Програма вступного випробування складається з чотирьох розділів:

Вступ

1. Основний зміст
2. Критерії
3. Список рекомендованих джерел.

Основний зміст складається з чотирьох розділів:

- 1.1. Організація туризму.
- 1.2. Маркетинг в туризмі.
- 1.3. Менеджмент в туризмі.
- 1.4. Економіка туризму.

1. ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

1.1. ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИЗМУ

Частина I

Розділ 1. Туризм як вид господарської діяльності

Тема 1.1. Функції туризму, умови та фактори його розвитку

Туризм як сфера господарської діяльності. Туризм як вид соціокультурної та рекреаційної діяльності. Третинний сектор економіки. Поняття туристичної послуги, її соціально-економічна характеристика. Значення сфери послуг та її складової частини – туризму в структурі народного господарства країни. Роль та місце туризму в сучасному суспільстві. Соціально-економічні проблеми розвитку туризму в суспільстві. Туристична економіка.

Основні поняття та визначення в туризмі: турист, туризм, туристична діяльність, туристична і пара туристична інфраструктура, туристична індустрія, туристичні ресурси, суб'єкт туристичної діяльності.

Функції туризму в суспільстві: оздоровча (рекреаційна), виховна, політична, економічна, екологічна, холістична, господарсько-економічна функція туризму.

Умови розвитку туризму: природно-географічні, історико-політичні, соціально-економічні, демографічні. Зовнішні та внутрішні умови та фактори розвитку туризму. Фактори залучення (що спонукають до подорожі) та фактори розподілу і диференціації попиту (що впливають на вибір місця подорожі).

Туристичний продукт та його складові: туристичні послуги, туристичні товари, антропологічні умови та ресурси. Специфічні особливості туристичного продукту як товару.

Тема 1.2. Організація ринку туристичних послуг

Сегментація ринку туристичних послуг. Види туристичних послуг та їх функціональна класифікація. Організація послуг комунікацій, організація послуг розміщення, організація послуг харчування, організація рекреаційних послуг.

Соціально-економічне значення сфери послуг. Міжнародна система послуг. Способи постачання послуг. Специфіка виробництва та постачання послуг. Споживачі й виробники туристичних послуг. Туристичне посередництво. Туристичний консорціум та корпорація. Ресурси туризму. Види ресурсів та їх цінність. Мотивація та потреби споживачів (туристів). Попит на туристичні послуги та специфіка його формування. Мотивація подорожей. Попит на міжнародному туристичному ринку. Споживчі вимоги до якості туристичних послуг.

Тема 1.3. Класифікації в туризмі

Класифікація туризму за різними ознаками: за спрямованістю туристичних потоків, за охопленням території, за терміном подорожі, за сезонністю, за ступенем організованості, за демографічним та соціальним складом учасників подорожі, за формою організації подорожі та обслуговування, за засобом

пересування, за метою подорожі. Значення туризму за видами.

Класифікація туризму за формами: групові та індивідуальні подорожі.

Класифікація маршрутів та турів за територіальною ознакою, за вибором засобів пересування, за сезонністю, за тривалістю, за змістом програм, за складом учасників подорожі, за формою організації подорожі, за побудовою траси маршруту.

Класифікація туристичних підприємств. Види підприємств - туроператори та турагенти. Типи туристів та ознаки їх класифікації.

Розділ 2. Формування міжнародної туристської політики

Тема 2.1. Світова туристична політика та роль ВТО у її формуванні

Всесвітня туристична організація: історія створення, організаційна структура, роль та значення у формуванні міжнародних туристських обмінів. Комітети та комісії UNWTO: їх функції та завдання. Туристична політика: визначення та класифікація.

Світова туристична політика та роль міжнародних організацій у її формуванні та регулюванні. Структура міжнародних зв'язків та співробітництво у галузі туризму.

Міжнародна інтеграція та глобалізаційні процеси в туризмі. Міжнародні організації: загальні, спеціальні, регіональні та інші. Формування та роль транснаціональних корпорацій у сфері туризму. Країни активного та пасивного туризму.

Міжнародні документи ООН, які обумовлюють розвиток туризму. Міжнародні документи UNWTO, які обумовлюють перспективи розвитку туристської сфери в світі. Хартія туризму. Кодекс туриста. Глобальний етичний кодекс туризму тощо. Особливості святкування Всесвітнього дня туризму: тематична спрямованість.

Тема 2.2. Міжнародні, регіональні та національні показники розвитку сфери туризму

Статистика туризму: методологія розрахунків та показники розвитку міжнародного туризму.

Сталий розвиток туризму та DESTINACIЙ. Рекомендації UNWTO з метрологічної структури туризму. Проблеми обліку туристських витрат та розрахунків.

Мультиплікативний ефект в туризмі. Основні показники, які включені в статистику туризму.

Розділ 3. Формування туристичної політики України

Тема 3.1. Історичні передумови виникнення та розвитку туристичної сфери України

Питання періодизації історії світового туризму та історичні передумови його виникнення. Основні мотиви подорожей у Стародавньому світі та Середньовічній Європі. Елітарний туризм Нового часу. Технологічні та економічні передумови зародження масового туризму.

Перші організовані туристичні подорожі. Вплив ідеологічних чинників на розвиток міжнародного туризму у період між двома світовими війнами. Трансформація масового конвейєрного туризму у масовий диференційований.

Початок туристичної справи в Україні. Розвиток туризму в СРСР у 20-60-ті роки ХХ ст. Загальна характеристика стану туристської галузі СРСР у 70-80-ті роки: БММТ «Супутник», ВАТ «Інтурист», Центральна Рада з туризму та екскурсій.

Характеристика розвитку туризму у світі на сучасному етапі. Транснаціоналізація готельно-туристського бізнесу.

Тема 3.2. Туристична політика України на сучасному етапі

Структура управління туристичною сферою в Україні. Завдання та функції державних органів управління сферою туризму.

Документи, що регулюють діяльність виконавчих органів в галузі туризму.

Недержавні громадські організації та їх місце у регулюванні розвитку туристської сфери. Асоціація лідерів тур бізнесу України (АЛТУ).

Сучасний стан та перспективи розвитку туризму в Україні. Показники які характеризують стан туристського ринку, кількість туристів та екскурсантів за регіонами, районами, містами та курортами.

Державні національні програми розвитку туристських дестинацій, законодавчі та підзаконні нормативні акти, що регламентують та регулюють такий розвиток.

Державна програм розвитку туризму. Програми розвитку окремих видів туризму. Місцеві та регіональні туристські програми та концепції.

Тема 3.3. Механізм державного регулювання туризму

Організаційно-правовий механізм регулювання туристської діяльності. Туристське законодавство. Закон України «Про туризм»: положення, статті, регулювання; зміни до Закону.

Соціальний механізм регулювання. Соціальне значення туризму. Соціальні пільги та туризм. Досвід інших країн у формуванні туристських пакетів та програм для різних соціальних груп.

Економічний механізм регулювання. Економічне значення туризму та його внесок в державний та місцевий бюджети. Податкові державні та місцеві пільги щодо розбудови туристської інфраструктури.

Гуманітарний механізм регулювання. Виховна складова туризму. Формування світогляду та патріотизму у молоді під час туристських подорожей країною.

Екологічний механізм регулювання. Екологічний туризм та геологістика природних ресурсів країни.

Транскордонне співробітництво та стимулювання міжнародних обмінів в прикордонних зонах (коридорах).

Тема 3.4. Порядок ліцензування туристичної діяльності

Ліцензування в туризмі. Нормативно-правова база ліцензування. Види

туристської діяльності, що підлягають ліцензуванню. Ліцензійні умови та правила їх виконання. Вимоги до матеріально-технічної бази, кадрового складу та інші вимоги щодо забезпечення ліцензійних умов.

Порядок надання туристських послуг. Регіональні та місцеві правила та інструкції.

Порядок проведення екскурсійної діяльності. Порядок надання дозволів на туристичний супровід. Кваліфікаційні вимоги до екскурсоводів.

Ліцензування транспортних перевезень. Правила ліцензування автотранспортних перевезень. Сертифікація маршрутів.

Державні стандарти.

Тема 3.5. Умови створення та функціонування туристичного підприємства

Загальна характеристика підприємства, мета його функціонування. Види підприємств. Поняття про зовнішнє і внутрішнє середовище підприємства. Напрями діяльності підприємств. Основні цілі створення і функціонування туристських підприємств. Етапи створення туристичного підприємства та запровадження підприємницької діяльності з надання туристичних послуг.

Види туристських підприємств та їх особливості. Принципи організації їх діяльності. Ресурсне забезпечення туристського підприємства. Перспективи розвитку туристських підприємств в Україні.

Вибір організаційно-правової форми туристського підприємства. Обґрунтування організаційної структури керування туристським підприємством. Розробка засновницьких документів, державна реєстрація і організаційне оформлення туристського підприємства. Характеристика засновницьких документів для туристських підприємств.

Основні вимоги до офісу й персоналу туристського підприємства. Організація роботи front -, back -офісів та call-центру туроператорів.

Випадки і порядок ліквідації туристського підприємства.

Розділ 4. Організація транспортних подорожей та перевезень

Тема 4.1. Загальні принципи організації транспортного обслуговування туристів. Туристичні перевезення на авіатранспорті

Система транспортного забезпечення в туризмі та класифікація транспортних засобів. Ознаки класифікації видів та форм транспортних перевезень. Види транспортних подорожей та їх характеристика.

Перелік нормативно-законодавчих актів, що регулюють міжнародні транспортні перевезення.

Перевізні документи та правила їх оформлення.

Питання безпеки туристичних транспортних подорожей. Перелік заходів, призначених для забезпечення безпеки транспортних подорожей. Діяльність міжнародних організацій з питань безпеки перевезень різними видами транспорту.

Основні вимоги щодо поведінки пасажирів (туристів) при транспортуванні різними видами транспортних засобів.

Особливості розробки транспортних маршрутів. Вимоги щодо парку транспортних засобів для перевезення туристів. Вимоги щодо перевезень туристів на рейсових та чартерних маршрутах. Характеристика системи міжнародних транспортних перевезень.

Сучасний стан ринку авіаперевезень. Нормативно-законодавча основа міжнародних та внутрішніх перевезень на авіатранспорті.

Технологія обслуговування туристів на авіатранспорті. Основні правила перевезення туристів та їх багажу на авіатранспорті.

Основні види тарифів на авіатранспорті, що використовуються при формуванні ціни на авіа переліт туристів. Система пільг, що використовується на авіатранспорті.

Умови організування чартерних перевезень. Авіа-чартер. Класи авіа перельотів. Система тарифів та пільг на авіатранспорті.

Особливості перевезення багажу туристів. Організація карго-рейсів.

Характеристика діяльності ІАТА як базової організації щодо регулювання міжнародних авіаперевезень, формування розкладу рухів рейсів на міжнародних маршрутах та встановлення нормативних тарифів.

Порядок отримання сертифікату на продаж авіаквитків. Послідовність оформлення документів та основні вимоги щодо сертифікації посередницьких послуг з продажу авіаквитків.

Тема 4.2. Туристичні перевезення на залізничному транспорті

Стан розвитку залізничних сполучень. Нормативно-законодавча основа міжнародних та внутрішніх перевезень на залізничному транспорті.

Технологія перевезення та обслуговування туристів на залізничному транспорті.

Організація спеціальних залізничних турів (турпоїздів).

Специфіка перевезення туристів залізничним транспортом за кордоном. Особливість залізничних перевезень на міжнародних маршрутах.

Тема 4.3. Морські та річкові перевезення і круїзи

Особливості обслуговування водним транспортом та формування круїзних територій. Особливості лінійних та каботажних маршрутів.

Типи та класи суден. Характеристика основних круїзних територій світу. Ресурсний потенціал України щодо організації круїзних подорожей. Ринок туристичних послуг морських (річкових) круїзів України.

Організація круїзних туристичних маршрутів та їх специфіка.

Види круїзів та їх характеристика. Ознаки класифікації суден за категоріями та кают за розрядами. Особливості організації круїзів на міжнародних лініях.

Основні етапи організації перебування туристів на круїзному судні та особливості змісту програм обслуговування. Особливості організації берегового обслуговування туристів та організації екскурсійних програм.

Особливості перевезення туристів на поромах та переправах. Умови фрахтування суден на короткострокові перевезення: прогулянки вихідного дня; екскурсії, анімаційні заходи, дискотеки та тематичні вечори тощо.

Тема 4.4. Автотранспортне обслуговування туристів та організація перевезень автотранспортом

Види автотранспортних перевезень. Розробка туристичного автотранспортного маршруту. Визначення економічної ефективності рейсів та складання графіків руху. Диспетчерування автотранспортних пасажирських перевезень. Розрахунок вартості проїзду.

Організація перевезень на регулярних маршрутах.

Особливості організації спеціалізованого автотранспортного маршруту.

Організація прокату автомобілів.

Розділ 5. Туристичні формальності

Тема 5.1. Види туристичних формальностей та умови їх виконання.

Паспортно-візові формальності

Поняття та основні види туристичних формальностей. Міжнародні форуми та конгреси з питань туристичних формальностей.

Світова та національна нормативно-законодавча база виконання туристичних формальностей. Перелік основних нормативних документів, які забезпечують спрощення туристичних формальностей та встановлення візового режиму в ряді країн світу.

Вплив туристичної політики на спрощення туристичних формальностей.

Паспорти та їх види. Правила оформлення паспортів громадянам України для виїзду за кордон.

Класифікація віз та встановлення візового (безвізового) режиму в'їзду до країни. Правила в'їзду-виїзду та транзитного проїзду через територію України та іноземних держав.

Оформлення в'їзних віз. Шенгенська угода та Шенгенська віза: правила оформлення документів туристів. Ступені захисту марки візи від підробки. Основні реквізити туристичної візи.

Правила акредитації туристичної фірми в консульській установі посольства іноземної країни.

Правила та порядок оформлення української візи іноземним громадянам. Міжнародна туристична візова політика України.

Туристична віза та правила її оформлення в посольствах різних держав.

Тема 5.2. Митні, валютні та медико-санітарні туристичні формальності

Визначення понять «митні формальності», «митний догляд», «митна декларація». Поняття митних формальностей та органи, що забезпечують їх виконання. Задачі Державної митної служби.

Правила ввозу в Україну та вивозу з України речей і товарів.

Процедура митного догляду та правила оформлення митної декларації.

Основні реквізити митної декларації та порядок її заповнення. Визначте поняття валютних формальностей. Валютні формальності. Правила перевезення валюти та інших цінностей через державний кордон України. Визначення поняття «медико-санітарні формальності».

Медико-санітарні формальності для туристів. Перелік міжнародних документів що регулюють питання в'їзду-виїзду в екологічно (медично) небезпечні території. Наведіть випадки закриття кордону із-за недопущення розповсюдження епідемії. Епідеміологічно небезпечні території та правила поведінки туристів при здійсненні подорожей. Порядок надання медичної допомоги іноземним туристам на території України. Порядок надання медичної допомоги українським туристам на території іноземних держав. Вимоги щодо приготування їжі та споживання питної води в закордонних країнах. Місцеві туристичні формальності та збори.

Розділ 6. Технологія організації та умови здійснення туристичних подорожей

Тема 6.1. Страхування в туризмі

Види страхування в туризмі. Обов'язкові види страхування.

Правила і порядок страхування туристів та їх майна та порядок виплати страхових сум. Порядок відшкодування страхових сум на медичне лікування. Дії застрахованого в разі настання страхового випадку.

Тема 6.2. Туристичні документи та правила їх оформлення

Основні види туристичних документів. Види договорів в туризмі та порядок їх оформлення. Договір на туристичне обслуговування.

Ваучер як основний туристичний документ. Правила оформлення туристичних ваучерів.

Порядок заповнення та використання бланку туристичного ваучеру.

Інформаційні, облікові, розрахункові та звітні туристичні документи.

Оформлення документів туристичної групи (на виїзд за кордон; туристичної групи, що подорожує в межах України; дитячої туристичної групи).

Порядок та послідовність оформлення документів індивідуальних туристів. Перелік питань щодо поінформувати туристів при здійсненні подорожей за кордон.

Тема 6.3. Бронювання туристичного обслуговування

Процес бронювання послуг готельних, транспортних, екскурсійних підприємств. Правила взаємодії туристичної фірми та готельного підприємства.

Процеси замовлення послуг підприємств ресторанного господарства та узгодження меню. Каталоги пропозицій туристичних послуг підприємств - партнерів.

Оформлення замовлень на комплексне туристичне обслуговування. Оформлення бронювання туристичних послуг та дотримання технології бронювання.

Основні види автоматизованих систем бронювання та резервування в туризмі. Навички пошуку й підбору туру та бронювання пакетних турів в режимі on-line. Порядок бронювання в режимі on-line.

Визначте порядок бронювання через Internet. Підтвердження факту купівлі-продажу та форми оплати замовлених послуг.

Своєчасна та несвоєчасна ануляція туристичних послуг. Правила dead-line. Компенсація та штрафні санкції в разі несвоєчасної ануляції.

Тема 6.4. Організація туристичного обслуговування, його контроль, облік та розрахунки

Процеси організації, обліку та контролю туристичного обслуговування.

Види та форми розрахунків за туробслуговування.

Охарактеризуйте обов'язки представника туристичної фірми за кордоном та його повноваження.

Взаємозалік та бартерні відносини в туризмі.

Оформлення повернення коштів за невикористане обслуговування.

Тема 6.5. Претензійна робота в туризмі. Безпека туристичних подорожей

Основні права та обов'язки туристів.

Порядок відшкодування втрат в разі невиконання або неякісного виконання туристичного обслуговування.

«Договірна» та «недоговірна» шкода. Порядок компенсації втрат.

Використання Франкфуртської таблиці для розрахунку суми відшкодування моральної та матеріальної шкоди, заподіяної туристам з вини туроператора.

Досвід інших країн щодо компенсації фізичної, матеріальної та (чи) моральної шкоди.

Нормативно-правові акти щодо забезпечення безпеки туристичних подорожей. «Фактори ризику» в туризмі та основні заходи щодо нівелювання їх наслідків. Правила та норми, що регулюють питання безпеки туристичних подорожей в Україні. Перелік нормативно-правових актів, що забезпечують безпеку туристичних подорожей (міжнародних та українських).

Правила поведінки на транспорті. Основні умови забезпечення безпеки на транспорті.

Правила поведінки туристів в разі надзвичайних ситуацій (тероризм, бандитизм та інші кримінальні дії).

Правила поведінки туристів в разі виникнення травмонебезпеки, шкідливого впливу довкілля, пожежонебезпеки, випромінювання, підвищеної запиленості і загазованості повітря, впливу хімічних факторів тощо.

Правила поведінки туристів в разі специфічних факторів ризику (природні та техногенні катастрофи, поганий стан об'єктів матеріально-технічного забезпечення, недостатня підготовка інструкторського персоналу, недостатня підготовка самих туристів, брак інформації тощо).

Обов'язки туристів щодо дотримання правил поведінки в країні (місці) перебування та формування сприятливого психологічного клімату в групі.

Обов'язки рецептивної туристичної фірми щодо надання допомоги в разі настання форс-мажорних обставин.

Основні положення міжнародних документів з питань безпеки туристичних подорожей.

Частина II

Розділ 1. Технологія туроперейтингу та турпроекування

Тема 1.1. Основи туроперейтингу

Характеристика основних понять як об'єктів вивчення дисципліни.

Етапи розвитку туроперейтингу. Поняття «туроперейтинг» та види діяльності туроператора. Предмет діяльності туроператора. Профіль роботи туроператора. Схема організації роботи туроператора по розробці і реалізації туристського продукту.

Класифікація та види туроператорів. Основні типи туроператорів. Оператори масового ринку. Оператори спеціалізовані: на певному продукті/послугі і сегменті ринку. Туризм спеціального інтересу і певного місця призначення. Місцеві туроператори. Організація турів для внутрішнього туризму. Виїзні (ініціативні) туроператори. Рецептивні туроператори.

Функції туроператорів та турагентів.

Тема 1.2. Ринкове середовище діяльності туроператорів

Структура туристичного ринку. Суб'єкти ринку виробника, їх класифікація та характеристика. Прояв глобалізаційних процесів в індустрії туризму. Світовий та макрорегіональний ринки готельних та транспортних послуг, особливості функціонування туристичної індустрії. Геопросторова організація світового туристичного ринку.

Схеми реалізації та просування туристичного продукту. Методи збуту туристичного продукту.

Зовнішні та внутрішні фактори туроперейтингу. Оцінка їх впливу.

Тема 1.3. Туроперейтинг та агентський бізнес в туризмі

Організація туроператорського та турагентського бізнесу: нормативно-правові вимоги. Вимоги щодо ліцензування туроператорської та турагентської діяльності.

Регуляторні вимоги щодо організації туроператорського та турагентського бізнесу. Роздрібні й оптові туристичні фірми і їхнє місце в структурі каналів збуту.

Типова організаційна структура туроператора: взаємозв'язок роботи підрозділів.

Види та форми агентської роботи. Класифікація турагентів. Види агентів. Агентські мережі. Власні бюро продажів туроператора та їх головні функції. Види ринкових каналів просування туристичного продукту.

Аквізитор, джерела аквізиції туристів.

Тема 1.4. Формування збутової мережі туроператора

Формування збутової мережі. Канали просування і реалізації турпродукту.

Форми організації збуту туристського продукту. Роль турагентств в турбізнесі. Система комісійних як основа взаємин між турагентом і туроператором. Характер контрактних стосунків між туроператором і турагентством. Контрагентська мережа і основні умови агентських угод. Нетрадиційні форми продажу.

Види та форми інтеграції на ринку туристичних послуг.

Тлумачення терміну «аквізитор». Джерела аквізиції туристів. Аквізиція туристів та основні методи продажу в туризмі.

Тема 1.5. Організація взаємодії між туроператором і турагентом

Система комісійних як основа взаємин між турагентом і туроператором. Способи стимулювання діяльності агентів.

Характер контрактних стосунків між туроператором і турагентством. Агентська мережа і основні умови агентських угод. Функції туристичних агентств. Завдання турагента при обслуговуванні туристів.

Розділ 2. Розробка туру, підготовка документації і договірна робота

Тема 2.1. Вивчення потенційних споживачів, їх мотивів і цілей

відпочинку

Контрагентська мережа. Характеристика асортименту послуг туроператора. Взаємодія учасників формування і продажу турпродукту. Взаємодія суб'єктів туристичного ринку.

Мотивація подорожей та формування пакетів послуг. Класифікація мотиваційних аспектів.

Співвідношення головної і вторинних цілей відпочинку. Мотиваційні наслідки. Бар'єри до подорожі.

Тема 2.2. Технологія створення турпродукту

Зміст робіт з турпроекування. Характеристика асортименту послуг туристичної фірми. Асортимент послуг туроператорів. Диференціація пропозицій туроператора.

Вибір географії подорожей та сегментування та різних туристичних ринках. Мотивація подорожей та формування пакетів послуг. Графоаналітичні моделі програм обслуговування.

Замовлений та інклюзив-тур. Пакет послуг.

Алгоритм розроблення програми обслуговування. Планування туристичних подорожей. Схеми роботи туроператора по реалізації та організації турів.

Позиціонування турів та туроператорів на конкурентному ринку. Визначення портрету споживача й потреб туристів.

Аквізиція туристів та засоби залучення туристів. Культура обслуговування та основні правила прийому клієнтів.

Стадії планування туристського пакету. Договірний план та переговори з постачальниками послуг. Узгодження плану туристичного обслуговування з постачальниками. Типова тимчасова шкала туроперейтингової програми.

Принципи вибору місць прийому. Послідовність робіт по вибору постачальників послуг (контрагентів). Ухвалення рішення про місце призначення; засобів розміщення; тривалість туру.

Етапи формування та реалізації туристичного продукту фірми. Рекомендована структура туристичного продукту для кожного з видів туристичного ринку.

Тема 2.3. Виставкова діяльність у туropolерейтингу

Різновиди виставкової діяльності. Матриця прибутку на інвестиційний капітал для виставки. Характеристика етапів підготовки до виставки та їх специфіка.

Організація участі фірми у виставці. Основні правила виставкової роботи.

Тема 2.4. Програма туристичного обслуговування.

Визначення програмного туризму. Характеристика термінів «програмне обслуговування в туризмі», «програма перебування туристів».

Програмний туризм та особливості формування пакетних турів. Перелік технологічної документації, що забезпечує процеси вибору маршрутів та формування турів. Основні етапи розробки туристичного продукту.

Види програм обслуговування: рекреаційна, курортна, пізнавальна; спортивна, освітня; ділова і ін.

Принципи формування туристсько-екскурсійних програм обслуговування. Цілі програмного туризму з точки зору: туристського менеджменту; туристського маркетингу; технології обслуговування туристів, мети подорожі і типології туристів.

Розроблення туру та калькулювання його вартості.

Бонусні програми туropolераторів.

Розділ 3. Стратегії підвищення якості обслуговування туристів

Тема 3.1. Правила формування програм перебування туристів

Правила розробки програм перебування туристів.

Технологічні документи і правила їх оформлення.

Перелік робіт по створенню туристичної пропозиції фірми. Фактори, які впливають на структуру туру та комплектацію програм перебування туристів.

Особливості складання програм перебування для різних типів туристів.

Порядок і етапи розробки турпродукту. Основні і специфічні потреби туристів. Початкова диференціація туристських поїздок. Споживчі властивості туру.

Тема 3.2. Принципи та умови ефективності програми перебування.

Принципи, види програмних заходів та їх характеристика. Стратегії, класи і програма обслуговування.

Загальні рекомендації за технологією обслуговування туристів на турі. Оптимальна програма обслуговування.

Основні складові менеджменту обслуговування туристів. Гостинність.

Тема 3.3. Організація обслуговування клієнтів в туристичному агентстві

Шкала потреб клієнтів та формування психологічного портрету потенційних туристів.

Техніка та технологія продажів в туристичній фірмі, комунікацій у безпосередньому спілкуванні та методи продажу, сформувати основні канали збуту продукту

Форми та стилі обслуговування клієнтів. Типовий портрет основної клієнттури туристичної фірми. Порівняльний аналіз (позиціонування) пропозиції туристичної фірми відносно основних конкурентів; переваги власного турпродукту. Змістовність програм обслуговування та комплексність турпродукту, а також його відповідність вимогам певних типів туристів.

Формування комунікаційних навичок менеджера з продажів туристичної фірми. Професійна етика та культура обслуговування клієнтів. Професійні стандарти працівників туристичної фірми.

Тема 3.4. Формування ефективної роботи з клієнтами

Формування комунікаційних навичок менеджера з продажів туристичної фірми у спілкуванні з клієнтами. Нівелювання комунікативних бар'єрів. Формування банку даних постійних клієнтів туристичної фірми.

Професійна етика та культура обслуговування клієнтів. Філософія туристичного обслуговування. Професійні стандарти працівників туристичної фірми.

Тема 3.5. Організація діяльності з обслуговування туристів

Процеси обслуговування у сфері гостинності. Організація процесу обслуговування у готелях. Характеристика готельних послуг. Технологічний цикл готельного обслуговування. Служби обслуговування у готелях.

Типологія закладів харчування, їх характеристика. Особливості роботи підприємств сфери харчування. Види обслуговування підприємств ресторанного господарства.

Організація екскурсійного обслуговування туристів.

Розділ 4. Прикладний туropolерейтинг

Тема 4.1. Ініціативний туropolерейтинг

Оцінка туристичного ринку країни-партнера. Етапи дослідження: загальна характеристика стану внутрішнього ринку країни, ступінь інтегрованості ринку, стан та рівень доступності туристсько-екскурсійних ресурсів, стан та рівень розвитку сфери гостинності, територіальна організація ринку пропозиції, аналіз запропонованого турпродукту, оцінка туристичного процесу, стан двосторонніх відносин та туристичні формальності, освоєність та оригінальність турпродукту.

Мета та критерії оцінювання туристичного ринку закордонної країни.

Туристичний пакет як найпопулярніша форма продажу турпродукту. Формування каталогу пропозицій інклюзив та пекідж-турів, турів-каскадів.

Формування каталогу пропозицій ініціативного туроператора. Розподіл робіт між службами та підрозділами туроператора в процесі обслуговування та надання туристичних послуг.

Брендування, просування та організація збуту продукту ініціативного туроператора.

Тема 4.2. Рецептний туроперейтинг

Поняття та зміст рецептного туроперейтингу. Ресурси рецептного туроперейтингу. Туристичні ресурси рецептного туроперейтингу в Україні. Туристичні центри та дестинації рецептного туроперейтингу. Види туризму рецептного українського туроперейтингу.

Диференціація пропозицій рецептних туроператорів.

Позиціонування турів і туроператорів на ринку.

Формування взаємовідносин з продуцентами (підприємствами-виробниками) туристичних послуг. Форми співпраці рецептних туроператорів з продуцентами туристичних послуг.

Формування каталогу пропозицій рецептного туроператора.

Особливості формування програм прийому та організації відпочинку іноземних туристів. Особливості організації та надання додаткових послуг рецептних туроператорів. Договір між ініціативним і рецептним туроператорами.

Бонусні програми національних туроператорів та налагоджування відносин із зарубіжними та вітчизняними бізнес-партнерами.

Тема 4.3. Консолідований туроперейтинг

Світовий ринок туроператорів консолідаторів: стан та перспективи розвитку. Міжнародний туроперейтинг.

Умови роботи та організації консолідаторського бізнесу. Формування розгалуженої (інтегрованої) структури збуту послуг консолідатора.

Особливості формування технологічних етапів (стадій) туристичного обслуговування консолідаторів.

Формування договірної структури туру. Безвідзивний та відзивний комітмент. Бронювання та блокування місць в готелях і на транспорті. Умови отримання блоків місць в підприємствах туристичної індустрії. Елотмент. Комітмент.

Договірне забезпечення та форми співпраці консолідаторів з туроператорами та турагентами.

Тема 4.4. Організація туристичних подорожей туроператором

Організація співпраці між туроператорами. Робота міжнародного туроператора з організації пакетних пропозицій та індивідуальних турів.

Особливості оформлення міжнародних договорів (контрактів) між туроператорами та представниками-рецепціоністами (транспортним підприємством, закладами готельного господарства та ін.). Типова форма (зміст) договору (угоди) про співробітництво. Особливості договору чартеру (фрахту). Робота чартерного відділу. М'який та твердий блок. Права та

обов'язки сторін, обмеження та права туроператора.

Підписання договорів з авіакомпанією, залізницею, екскурсійною фірмою, музеєм.

Процес бронювання послуг транспортних, екскурсійних підприємств. Наземне обслуговування. Процедура бронювання пакетних турів. Правила оформлення замовлень на комплексне туристичне обслуговування. Процеси замовлення послуг підприємств ресторанного господарства та узгодження меню.

Основні види автоматизованих систем бронювання та резервування в туризмі. Порядок бронювання через Internet. Підтвердження факту купівлі-продажу та форми оплати замовлених послуг.

Порядок бронювання в режимі on-line. Особливості доступу, пошуку, підбору та реалізації пакетних турів на основі агентського договору.

Своєчасна та несвоєчасна ануляція туристичних послуг. Правила dead-line. Компенсація та штрафні санкції в разі несвоєчасної ануляції.

Види та форми розрахунків за туробслуговування. Взаємозалік та бартерні відносини в туризмі.

Обов'язки представника туристичної компанії за кордоном та його повноваження. Суть і значення якості туристських послуг. Споживчі властивості і споживчі параметри туристських послуг. Критерії оцінки та оцінювання якості послуг. Якісна характеристика пакетного туру та параметри оцінювання відповідності замовлених і наданих турпослуг. Експертна оцінка оптимального обслуговування туристів під час подорожі.

Види та форми розрахунків за туробслуговування. Оформлення повернення коштів за невикористане обслуговування.

1.2. МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМІ

Тема 1. Теоретичні засади маркетингу

Історичні передумови маркетингу, сутність основних його понять як способу управління діяльністю підприємств сфери послуг. Передумови виникнення маркетингу як способу ефективного управління господарською діяльністю. Теоретичні основи маркетингу та практичне їх застосування.

Сутність маркетингу, еволюція його визначення. Поняття, які становлять теоретичні основи маркетингу.

Основні цілі, принципи та функції маркетингу. Види маркетингу залежно від масштабів і сфери діяльності, співвідношення між попитом та пропозицією. Поняття концепції маркетингу та основні етапи її розвитку. Системний підхід до організації маркетингу. Поняття багатоплановості маркетингової діяльності. Види маркетингу залежно від критеріїв, що кладуть в основу класифікації.

Фактори, під постійним впливом яких знаходиться система маркетингу підприємства. Характеристика факторів зовнішнього середовища підприємства. Взаємозв'язок елементів системи маркетингу.

Тема 2. Особливості та перспективи розвитку маркетингу в туризмі

Сучасний туризм та туристична індустрія та їх роль в світовій економіці та економії України. Фактори, що визначають стан та розвиток туристичної індустрії в країні. Передумови та тенденції розвитку маркетингової концепції управління в туризмі.

Основні категорії та поняття маркетингу в туризмі. Потреби, що задовольняють підприємства туристичної індустрії. Еволюція концепцій маркетингу в туризмі. Соціально-етичний маркетинг та перспективи його використання в туризмі. Концепція сталого розвитку туризму та її прикладне значення в маркетинговій діяльності у сфері туризму. Тенденції розвитку сучасної індустрії туризму в контексті маркетингу.

Сутність, зміст та особливості маркетингу в туризмі. Туристичний продукт як об'єкт маркетингового управління. Характеристика та особливості послуг туристам з точки зору маркетингу. Суб'єкти та рівні маркетингу в туризмі. Маркетинг туристичних підприємств і маркетинг туристичних організацій. Маркетинг місць і туристських дестинацій. Концепції «маркетингу вражень» і «маркетингу відносин» та перспективи їх застосування в туризмі, Internet-маркетинг в туризмі.

Принципи туристичного маркетингу. Характеристика основних етапів процесу маркетинговою управління на туристичних підприємствах і в туристичних організаціях. Маркетингові цілі.

Тема 3. Технологія маркетингових досліджень в туризмі

Цілі та види маркетингових досліджень в туризмі. Алгоритм та характеристика етапів проведення маркетингових досліджень на туристичних підприємствах і в туристичних організаціях. Принципи та форми організації маркетингових досліджень туристичним підприємством. Соціально-етичні норми маркетингових досліджень в туризмі.

Маркетингова туристична інформація. Види та основні правила збору, обробки і використання маркетингової туристичної інформації. Маркетингова інформаційна система туристичного підприємства. Первинні та вторинні джерела маркетингової туристичної інформації, їх характеристика. Характеристика внутрішніх та зовнішніх джерел маркетингової туристичної інформації.

Кількісні та якісні методи збору первинної інформації в туризмі. Практика застосування методів опитування на туристичному підприємстві. Структура та правила складання анкети для опитування потенційних споживачів туристських послуг та туристів. Спеціальні методики опитувань, що використовуються у сфері туризму. Характеристика методів спостереження, переваги та недоліки їх використання в туризмі. Експеримент та імітація як методи отримання первинної інформації, види та приклади його використання в практиці туризму. Маркетингові дослідження та методики отримання маркетингової туристичної інформації в середовищі Internet. Експертні методи отримання і оцінки маркетингової туристичної інформації, їх види та правила використання. Метод фокус-групи та глибинне інтерв'ю в маркетингових дослідженнях на туристичних підприємствах (організаціях). Вибіркові та панельні дослідження в

туризмі.

Характеристика методів аналізу та представлення зібраної маркетингової туристичної інформації. Взаємозв'язок мети дослідження, методики його проведення та вибору методу аналізу отриманих даних (кореляційного, регресійного, варіаційного, дискримінантного, кластерного, факторного, багатовимірною). Звіт про результати маркетингового дослідження.

Тема 4. Маркетингові дослідження в туристичних підприємствах і організаціях

Основні напрямки проведення маркетингових досліджень в туристичних організаціях і підприємствах. Дослідження середовища маркетингу туристичного підприємства (організації). Мікро-, мезо- макро- та мегасередовище туристичного підприємства (організації).

Маркетингові дослідження туристичного ринку. Класифікація туристичного ринку. Якісна структура туристичного ринку. Географічна та видова сегментація туристичного ринку. Кон'юнктура та місткість туристичного ринку. Частка ринку.

Маркетингові дослідження конкурентів та конкурентного середовища на туристичному ринку. Побудова конкурентної картки. Бенчмаркінгові дослідження в туризмі.

Маркетингові дослідження споживачів туристських послуг. Характеристика основних факторів, що впливають на туристський попит. Дослідження поведінки споживачів туристських послуг. Мотиви поведінки споживачів послуг. Характеристика основних етапів процесу ухвалення споживачем рішення про покупку туристичного продукту. Оцінка рівня задоволення очікувань споживачів туристських послуг.

Тема 5. Маркетингова продуктова політика туристичного підприємства

Основні напрямки та етапи формування продуктової політики туристичного підприємства. Аналіз туристичною продукту. Характеристика чотирьохрівневої концепції туристичного продукту. Асортиментна політика туристичного підприємства.

Поняття якості туристичного продукту з точки зору маркетингу. Моделі якості. Маркетингова оцінка якості туристичного продукту.

Концепція життєвого циклу туристичного продукту. Нові продукти в маркетинговій діяльності туристичного підприємства. Основні етапи розробки та впровадження нового туристичного продукту.

Внутрішній маркетинг на туристичних підприємствах.

Тема 6. Маркетингова цінова політика туристичного підприємства

Сутність, цілі і завдання цінової політики туристичного підприємства. Види цін. Характеристика основних етапів розробки цінової політики. Фактори, що визначають цінову політику туристичного підприємства. Основні методи ціноутворення, що використовуються в туризмі. Характеристика цінових

стратегій, що можуть застосовуватись туристичним підприємством.

Тема 7. Маркетингова політика збуту туристичного продукту

Зміст та особливості маркетингової політики збуту туристичного продукту. Основні етапи розробки збутової політики.

Посередницька діяльність та функції посередників в сфері туризму. Характеристика ринкових посередників у сфері туризму: ініціативні та рецептивні туроператори, туристичні агенти, оптові продавці туристських послуг, спеціалісти (туристичні брокери, мотиваційні будинки, представники гральних закладів), представники готелів, національні, державні і місцеві туристичні представництва, консорціуми і системи бронювання місць. Internet-технології та системи резервування на основі комп'ютерних мереж.

Вертикальні маркетингові системи в збутовій політиці туристичних підприємств. Туристичні мережі та їх маркетингова збутова політика.

Тема 8. Політика маркетингових комунікацій туристичних підприємств і організацій

Комплекс маркетингових комунікацій туристичного підприємства (організації). Цільові аудиторії комунікацій. Концепція інтегрованих маркетингових комунікацій. Характеристика основних та синтетичних елементів комплексу маркетингових комунікацій туристичного підприємства (організації).

Персональний продаж в комплексі маркетингових комунікацій туристичного підприємства. Технологія персонального продажу на туристичному підприємстві.

Стимулювання збуту в комплексі маркетингових комунікацій туристичного підприємства. Визначення цілей стимулювання збуту, вибір засобів, розробка програми, попереднє тестування і реалізація; оцінка результатів. Основні етапи розробки програми стимулювання збуту туристичним підприємством.

Робота з громадськістю в комплексі маркетингових комунікацій туристичних підприємств і організацій. Відносини з пресою, публіциті туристичного продукту та туристичної фірми, корпоративна комунікація, лобіювання, консультування, спонсорство і меценатство.

Основні інструменти маркетингових зв'язків з громадськістю та їх можливості у індустрії туризму.

Реклама в комплексі маркетингових комунікацій туристичних підприємств і організацій. Особливості та види реклами в туризмі. Характеристика основних етапів рекламної діяльності. Особливості застосування різних видів засобів розповсюдження туристичної реклами. Спеціальні види реклами в туризмі.

Виставкова та ярмаркова діяльність туристичних підприємств і організацій. Технологія участі туристичного підприємства (організації) у роботі виставки. Спеціалізовані туристичні виставки.

Фірмовий стиль туристичного підприємства (організації). Елементи фірмового стилю. Технологія брендінгу в туризмі.

1.3. МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРИЗМІ

Тема 1. Менеджмент в туризмі: сутність, основні підходи

Сутність управління та менеджменту. Суб'єкт та об'єкт управління, їх характеристика, взаємозв'язок та взаємодія. Менеджмент, як вид професійної управлінської діяльності в умовах ринкових відносин. Характеристика і аналіз різних визначень менеджменту. Управлінські відносини: предмет вивчення дисципліни. Менеджмент: наукова дисципліна. Мета діяльності підприємств індустрії туризму.

Еволюція наукових шкіл менеджменту. Наукові підходи до менеджменту. Принципи менеджменту. Рівні менеджменту. Цілі менеджменту, їх характеристика, значення і класифікація. Функції менеджменту як науки. Задачі менеджменту. Менеджмент в туристичній індустрії: наукова і практична діяльність, її зміст, структура, взаємозв'язок з суспільними та спеціальними дисциплінами. Завдання менеджменту підприємств готельного, курортного та туристичного сервісу.

Еволюція та сучасні тенденції туристичної індустрії. Розвиток менеджменту і туризму як сфер людської діяльності.

Тема 2. Туристична індустрія як об'єкт управління

Підходи до визначення організації як соціальної структури. Формальні та неформальні організації. Керуючі та керовані системи. Сучасна туристична організація та її залежність від факторів макросередовища. Фактори непрямой дії. Технологічний науково-технічний фактор. Економічний фактор. Політико-правовий фактор. Соціокультурний фактор. Природний фактор. Фактори прямої дії. Споживчі послуги. Представники суміжних галузей. Постачальники. Конкуренти.

Тема 3. Організаційна структура управління на підприємствах туристичної індустрії

Сутність організаційних структур. Види організаційних структур: лінійна, функціональна, лінійно-функціональна структура, лінійно-штабна, бюрократична, дивізійна, продуктова, територіальна, матрична, структура управління, орієнтована на споживача. Умови ефективності структури управління підприємств курортного та туристичного сервісу. Горизонтальна та вертикальна спеціалізація. Типи зв'язків в організаційній структурі: вертикальні, горизонтальні, лінійні, функціональні, формальні, неформальні, прямі, непрямі. Поняття масштабу керованості та контролю. Необхідність розподілу прав та обов'язків. Централізація та децентралізація. Диференціація та інтеграція.

Тема 4. Функції менеджменту в туризмі

Функціональна спеціалізація управління в туристичних підприємствах. Класифікація функцій менеджменту. Основні (загальні) та спеціальні функції менеджменту, їх взаємозв'язок.

Сутність та зміст функції планування і прогнозування. Характеристика

факторів, що впливають на процес планування. Принципи планування. Рівні планування діяльності підприємств туристичної індустрії. Стратегічне та поточне планування діяльності туристичних підприємств.

Функція організації, як базисна функція менеджменту, її зміст та напрями реалізації. Координування, як функція забезпечення ритмічної роботи закладу, умови її виконання.

Функція мотивації (стимулювання): її сутність і значення, порядок і напрями реалізації на підприємствах туристичної індустрії. Характеристика теорій мотивації.

Функція контролю, як форма зворотного зв'язку від підрозділів підприємства до органів управління. Види контролю в туристичній індустрії. Органи зовнішнього і внутрішнього контролю за діяльністю туристичних підприємств. Попередній, поточний і заключний контроль. Регулювання процесу обслуговування на основі контролю за діяльністю підрозділів туристичних підприємств.

Характеристика та класифікація спеціальних (конкретних) функцій менеджменту в туристичних підприємствах. Співвідношення і взаємозв'язок функцій менеджменту в управлінських системах різних рівнів.

Тема 5. Методи менеджменту в туризмі

Сутність методів менеджменту, їх зміст і зв'язок з функціями управління. Значення системи методів менеджменту в роботі підприємств туристичної індустрії. Мотиваційна природа методів менеджменту. Класифікація методів менеджменту, їх взаємозв'язок.

Економічні методи менеджменту, їх значення та напрями використання в туристичній індустрії. Зміст економічних методів менеджменту, комерційний розрахунок, ціноутворення, прибуток, матеріальне стимулювання.

Організаційно-розпорядчі (адміністративні) методи менеджменту. Характеристика методів організаційного впливу: організаційне регламентування – закони, статuti, положення, організаційне нормування, інструктування. Особливості регламентування в туристичних підприємствах. Розпорядчий вплив і форми його застосування: накази, розпорядження, вказівки.

Значення людського фактору в управлінні підприємствами туристичної індустрії. Цілі, задачі та форми використання соціально-психологічних методів менеджменту: підвищення соціальної активності членів колективу, соціальне нормування та регулювання, методи пропаганди та агітації, формування оптимального психологічного клімату в колективі та □н..

Тема 6. Прийняття управлінських рішень

Сутність управлінських рішень, їх значення для ефективності роботи туристичних підприємств. Класифікація управлінських рішень. Вимоги до управлінських рішень: наукова обґрунтованість, реальність, цільова спрямованість, кількісна та якісна визначеність. Технологія підготовки та прийняття управлінських рішень.

Аналіз і класифікація проблем в діяльності туристичних підприємств. Етапи прийняття управлінських рішень. Методи розробки варіантів управлінських рішень: експертної оцінки, моделювання, «мозкового штурму», порівняння. Критерії вибору варіантів рішення. Вимоги до прийняття отриманого рішення керівником підприємства. Характеристика факторів, що впливають на ефективність управлінських рішень. Етапи реалізації управлінських рішень.

Тема 7. Управління маркетинговою діяльністю туристичних підприємств

Прийняття маркетингових рішень в умовах нестабільності туристичного ринку. Процес формування та підтримки конкурентної раціональності. Процес планування маркетингу в сфері туризму. Управління маркетинговою розвідкою. Джерела даних про ринок та їх використання.

Управління товарно-ціновою політикою туристичної фірми. Система підтримки маркетингових рішень. Взаємозв'язки та складові інструментальних стратегій маркетингу. Управління каналами розподілу послуг та їх просуванням на ринок.

Тема 8. Управління персоналом в туристичних підприємствах

Роль персоналу в досягненні ефективності та підвищення конкурентоспроможності. Фактори, що визначають підвищену увагу менеджменту до персоналу в туристичній індустрії. Особливості та проблеми управління персоналом в туристичних підприємствах.

Визначення і класифікація персоналу підприємств туристичної індустрії. Кількісні та якісні характеристики персоналу. Організаційна поведінка як об'єкт управління, та фактори що визначають її якість в підприємствах туристичної індустрії. Зміст та завдання управління персоналом в туристичних підприємствах.

Кваліфікаційна структура персоналу підприємств туристичної індустрії. Професії та посади основних підрозділів туристичних підприємств. Кваліфікаційні вимоги до професій та посад основних підрозділів туристичних підприємств.

Особливості професійного розвитку та зміст навчальних тренінгів персоналу в туристичних підприємствах. Критерії ділової оцінки персоналу. Проблеми мотивації та компенсації праці персоналу. Корпоративна культура та її елементи в управлінні персоналом підприємств туристичної індустрії.

Тема 9. Управління інвестиційними програмами розвитку туризму та міжнародне регулювання міжнародної туристичної діяльності

Оцінка інвестиційної діяльності. Характеристика об'єкту інвестування. Формування інвестиційних програм. Структура інвестиційних програм. Організація фінансування інвестиційної програми. Вибір інвестиційних проектів за економічними критеріями. Поняття міжнародного регулювання.

Роль міжнародних організацій у регулюванні туристичної діяльності.

Міжнародні туристичні організації. Їх види, мета та завдання. Всесвітня туристична організація. Міжнародні туристичні заходи.

Інструменти регулювання міжнародної туристичної діяльності. Практика та процедури регулювання туристичної діяльності. Адаптація міжнародних правових актів на національному рівні.

1.4. ЕКОНОМІКА ТУРИЗМУ

Тема 1. Роль і місце туризму в народногосподарському комплексі та в системі ринкового господарства України

Суть туризму як виду економічної діяльності сфери послуг. Функції туризму. Особливості функціонування туризму в умовах ринкової економіки. Основні напрямки диверсифікації діяльності туристичних фірм, їх об'єднань в ринкових умовах господарювання.

Поняття туристського ринку. Ємкість ринку готельних та туристичних послуг: поняття, методика визначення. Фактори, що впливають на кон'юнктуру туристського ринку. Об'єкти економічних відносин готельного та туристського ринку, їх характерні риси.

Особливості пропозиції туристичного продукту на ринку. Форми пропозиції туристичних послуг. Основні фактори, що впливають на пропозицію туристичного продукту на ринку іноземного та зарубіжного, внутрішнього туризму. Особливості економічного регулювання ринку туристичних послуг.

Тема 2. Економічні основи функціонування підприємств туризму у системі ринкових відносин

Поняття підприємства туризму. Підприємство як самостійний господарюючий статутний суб'єкт, як юридична особа. Права підприємства в галузі планування, управління ресурсами (матеріальними, трудовими та фінансовими), в розпорядженні доходами і прибутком та інше.

Характеристика підприємств туризму, як суб'єкту економічних відносин на ринку споживчих товарів і послуг, ринку засобів виробництва, цінних паперів, праці. Організаційно-економічні умови функціонування підприємств туристичної індустрії. Поняття економічної самостійності підприємства та його економічного суверенітету, самоокупності, самофінансування. Економічне стимулювання та економічна відповідальність за результати діяльності.

Економічні обмеження функціонування підприємств туристичної індустрії (ресурсні, обумовлені попитом, фінансові, бюджетні) в умовах ринкової економіки.

Тема 3. Механізм економічного регулювання господарської діяльності підприємств туризму. Методичний інструментарій його реалізації

Суттєвість господарського механізму підприємств туристичної індустрії. Основні інструменти внутрішнього економічного регулювання господарської діяльності підприємств. Законодавчі основи і основні принципи діючого механізму внутрішнього і економічного регулювання діяльності підприємств з різними формами власності. Методичні основи аналізу, планування і

прогнозування господарської діяльності підприємств туристичної індустрії. Суть та зміст аналізу господарської діяльності. Система аналітичних показників, які використовуються на підприємствах готельного господарства та туризму. Планування як інструмент обґрунтування стратегії, його суть. Види планів. Система планів економічного та соціального розвитку підприємств туристичної індустрії. Комплексне застосування методів планування та прогнозування діяльності підприємства туристичної діяльності для забезпечення варіантності та оптимальності рішень, що приймаються. Поняття бізнес-планування в сфері туристичної діяльності.

Тема 4. Ресурсний потенціал підприємств туристичної індустрії та економічні передумови його використання

Поняття економічних ресурсів та ресурсного потенціалу підприємств туристичної індустрії. Елементи ресурсного потенціалу. Форми економічного взаємозв'язку окремих елементів ресурсного потенціалу підприємства готельного господарства, туризму, громадського харчування та інших. Характер та особливості форм використання ресурсного потенціалу підприємств туристичної індустрії. Поняття виробничих потужностей підприємств туристичної індустрії та їх окремих підрозділів. Оцінка сукупного ресурсного потенціалу підприємства. Оптимальне співвідношення ресурсів окремих підрозділів підприємств туристичної індустрії. Оцінка ефективності використання економічних ресурсів: принципи, показники.

Тема 5. Матеріальні ресурси підприємств туристичної індустрії

Суть і основні елементи матеріальних ресурсів підприємств туризму, їх характеристика. Матеріально-технічна база і основні фонди підприємств туризму: поняття, класифікація, склад. Показники забезпеченості основними фондами та ефективності їх використання в підприємствах туристичної індустрії, методика їх розрахунку. Виробнича потужність та пропускна спроможність підприємств туристичної індустрії. Особливості їх оцінки в підприємствах туризму.

Тема 6. Трудові ресурси підприємств туризму, ефективність їх використання

Соціально-економічна суть і особливості праці у готельному господарстві і туризмі. Суспільне значення праці робітників готельного господарства і туризму. Поняття та склад трудових ресурсів в підприємствах туристичної індустрії. Місце підприємств готельного господарства і туризму на ринку трудових ресурсів України. Класифікація трудових ресурсів готельного господарства і туризму. Показники оцінки трудових ресурсів підприємств туристичної індустрії. Ефективність та продуктивність праці робітників готельного господарства і туризму: поняття, критерії і показники оцінки. Критерії і показники оцінки ефективності використання трудових ресурсів. Фактори, що обумовлюють ефективність використання трудових ресурсів на підприємствах готельного господарства і туризму. Основні напрямки

підвищення ефективності використання трудових ресурсів в сучасних умовах.

Тема 7. Фінансові ресурси підприємств туризму

Зв'язок фінансів підприємств туризму з державним фінансовим механізмом, з державною фіскальною та кредитно-грошовою політикою. Методи впливу державного фінансового механізму на фінансову діяльність підприємств туристичної індустрії. Форми взаємозв'язку фінансової діяльності підприємств з окремими елементами фінансового ринку – кредитним ринком, ринком цінних паперів, валютним і страховим ринком.

Поняття фінансових ресурсів підприємств туризму. Поняття та склад майна підприємства. Особливості його формування в підприємствах з різними формами власності та організаційно-правовою формою діяльності.

Джерела та порядок формування основних і оборотних коштів підприємств туризму. Структура активів підприємств туристичної індустрії. Фінансові (грошові) фонди підприємств. Порядок їх формування. Структура джерел формування фінансових ресурсів підприємств туристичної індустрії. Оптимізація їх розмірів.

Тема 8. Управління обсягом реалізації послуг в туристичних підприємствах

Суттєвість та структура обсягу пропозиції від реалізації послуг в підприємствах туризму. Поняття, характеристика та склад туристського продукту, його різновиди та особливості надання. Комплексність та структура послуг у складі туристського продукту. Показники оцінки обсягу наданих послуг в турагенствах і туроператорах, в бюро подорожей та екскурсбюро, інших. Порядок аналізу обсягу реалізації туристичних послуг. Фактори, що впливають на обсяг реалізації послуг в туристичних підприємствах. Їх кількісна оцінка.

Методика планування обсягу реалізації туристичних послуг в цілому та окремих видів. Особливості формування виручки від реалізації турпродукту за іноземну валюту. Критерії управління обсягом реалізації послуг турпідприємств. Методи оперативного регулювання обсягу та структури реалізації послуг туризму. Визначення обсягу реалізації послуг туризму в критичних точках: беззбиткової діяльності, мінімальної і нормальної рентабельності.

Тема 9. Інвестиційна політика підприємств туризму

Поняття інвестиційної діяльності підприємств туристичної індустрії. Методи її державного регулювання. Види інвестицій. Поняття інвестиційних ресурсів підприємств туристичної індустрії. Розробка стратегії формування інвестиційних ресурсів. Визначення потреби в інвестиційних ресурсах для здійснення реальних та фінансових інвестицій. Класифікація джерел формування інвестиційних ресурсів та їх оптимізація. Характеристика основних форм реальних інвестицій. Аналіз основних джерел фінансування інвестиційної діяльності підприємств туристичної індустрії: власні, позикові,

бюджетні асигнування.

Порядок і етапи розробки плану інвестиційної діяльності підприємств туристичної індустрії. Суть та форми капіталовкладень підприємств. Приватизація підприємств туристичної індустрії як форма їх реальних інвестицій. Методи визначення вартості майна підприємств і підрозділів, що приватизуються. Особливості приватизації підприємств шляхом їх акціонування, викупу на конкурсній основі, аукціону. Оцінка економічної ефективності окремих способів приватизації підприємств готельного господарства і туризму та їх підрозділів.

Тема 10. Господарський ризик в підприємницькій діяльності та шляхи запобігання банкрутства

Суть та основні види господарського ризику в діяльності підприємств туризму. Оцінка розміру господарського ризику і можливих фінансових втрат. Обґрунтування номінальної і реальної відсоткової ставки, визначення систематичного і несистематичного ризику, премії ринкового ризику.

Форми внутрішнього страхування господарського ризику та оцінка їх ефективності на підприємствах туризму. Особливості страхування цінового ризику та його сучасні форми (операції одержування, опціони та ін.).

Банкрутство підприємства: його суть та форми регулювання в Україні. Основні причини, що призводять до банкрутства підприємств готельного господарства і туризму. Санація підприємств та умови її проведення. Форми санації підприємств туризму, готельного господарства. Порядок та черговість задоволення претензій кредиторів при банкрутстві підприємств туристичної індустрії.

2. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ, СТРУКТУРА ОЦІНКИ І ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ПІДГОТОВЛЕНOSTІ ВСТУПНИКІВ

Тестування триває 1 годину (60 хвилин).

Білет письмового тестування з фахових дисциплін складається з 50 закритих тестових завдань. Вступнику потрібно обрати лише одну правильну (найбільш повну) відповідь.

Якщо відповідь на тест надана правильно, то виставляється максимальний бал (4 бали).

Якщо відповідь на тестові завдання є неправильною, то виставляється 0 балів.

Максимальна сума балів, яку може набрати абітурієнт, складає 200.

Мінімальна сума балів з випробування дорівнює 100.

Факт ознайомлення вступника з правилами проведення тестування та інструкцією засвідчується його особистим підписом на обкладинці бланку тестових завдань. Будь-які позначки на бланку тестових завдань, які можуть дешифрувати роботу вступникові робити суворо заборонено.

3. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Організація туризму

1. *Алексєєнко Л. М., Божук Т. І., Брич В. Я. та ін. Організація туризму: підручн. Тернопіль: ТНЕУ, 2017. 448 с.*
2. *Баєв В. В. Основи турсервісу: навч. посібн. Київ: ДП «ВД «Персонал», 2018. 156 с.*
3. *Балашова Р. І. Організація діяльності туристичного підприємства: навч. посібник. Київ: Центр навч. літератури 2019. 184 с.*
4. *Брич В. Я. Турсервіс: підручн. Тернопіль: Економічна думка, 2017. 440 с.*
5. *Галасюк С. С., Нездоймінов С. Г. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності: навч. посіб. Київ: Центр навч. літератури, 2019. 178 с.*
6. *Горіна Г. О. Ринок туристичних послуг: навч. посіб. Львів: Магнолія. 2021. 180 с.*
7. *Кишак В. Ф. Організація туризму: навч. посіб. Чернівці: Книги-XXI, 2008. 344 с.*
8. *Кіптенко В. К., Малиновська О. Ю. Організація екскурсійних послуг : підручник. Херсон: Олді-плюс, 2018. 518 с.*
9. *Мальська М. П., Бордун О. Ю. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: підручн. Київ: Центр навчальн. літер., 2019. 248 с.*
10. *Михайліченко Г. І. Турсервіс: навч. посібн. Київ: КНТЕУ, 2018. 304 с.*
11. *Федорченко В. К., Мініч І. М. Організація туризму в Україні: регіональні аспекти: навч. посіб. Київ: Ліра-К, 2021. 338 с.*

Маркетинг в туризмі

1. *Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник для студ. екон. спец. вищ. навч. закл. 8-е вид., допов. Київ: Лібра, 2018. 720 с.*
2. *Гончаров С.М., Кушнір Н.Б. Практикум з маркетингу : навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2018. 208 с.*
3. *Жарська І.О. Практикум з маркетингу: теоретичні основи, тести, завдання, кейсові справи : навч. посіб. Одеса: Атлант ВОІ СОІУ, 2019. 284 с.*
4. *Кулешова Н.В., Полякова О.Ю. Маркетингова стратегія туристичного підприємства: моделі формування та оцінювання: монографія. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 220 с.*
5. *Летуновська Н.Є., Люльов О.В. Маркетингу у туризмі : підручник. Суми : Сумський державний університет, 2020. 270 с.*
6. *Мальська М. П., Мандюк Н. Л. Основи маркетингу в туризмі : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 336 с. + Електронна копія.*

7. Мальська М. П., Мандюк Н. Л. *Основи маркетингу у туризмі : підручник. Електронні дані. Київ : Центр учбової літератури, 2016. Систем. вимоги: Acrobat Reader. Режим доступу: http://10.0.2.150/docs/CUL/Osnovy_marketynгу_v_turyzmi_Malska_2016.pdf*

8. *Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посібник / Т. М. Афонченкова, О. В. Булюк, Б. П. Масенко та ін. ; за заг. ред. О. Є. Лугініна. Київ : Ліра-К, 2012. 364 с.*

9. Стамат В. М. *Основи менеджменту та маркетингу в туризмі : конспект лекцій. Миколаїв, 2021. 202 с. URL : <http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/10586/1/osnovi-menedzhmentu-ta-marketingu-v-turizmi-mb-242.pdf>*

10. Шульгіна Л.М. *Маркетинг підприємств туристичного бізнесу : монографія. Київ : КНТЕУ, 2018. 596 с.*

Менеджмент в туризмі

1. Мандзюк Н. Л., Манько А. М. *Менеджмент у туризмі : навч. посібник. Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2022. 198 с.*

2. *Менеджмент з туризму: конспект лекцій для здобувачів вищої освіти, які навчаються за спеціальністю 242 «Туризм» за усіма формами навчання / укладач О.В. Поступна. Харків: НУЦЗУ, 2020. 235 с.*

3. *Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посібник / Т. М. Афонченкова, О. В. Булюк, Б. П. Масенко та ін. ; за заг. ред. О. Є. Лугініна. Київ : Ліра-К, 2012. 364 с.*

4. *Менеджмент туристичної індустрії: підручник у 3-х частинах / Руденко В.П., Вацеба В.Я., Підгірна В.Н., Цепенда М.В. та ін. Чернівці: ЧНУ імені Ю. Федьковича, 2019. 440 с.*

5. Панченко Ю.В., Лугінін О.Є., Фомішин С.В. *Менеджмент внутрішнього і міжнародного туризму : навч. посіб. Херсон : Олді-плюс, 2017. 342 с.*

6. Перерва П.Г., Матросова В.О., Проскурня О.М., Кобелева Т.О, Косенко А.В. та інші. *Економіка, менеджмент, маркетинг туризму та гостинності: навч. посібник; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». Харків, 2020. 893 с.*

7. Поступна О.В. *Менеджмент з туризму : конспект лекцій Харків : НУЦЗУ, 2020. 235 с.*

8. Стамат В. М. *Основи менеджменту та маркетингу в туризмі : конспект лекцій. Миколаїв : МНАУ, 2021. 202 с. URL : <http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/10586/1/osnovi-menedzhmentu-ta-marketingu-v-turizmi-mb-242.pdf>*

Економіка туризму

1. Іванілов О. С. *Економіка підприємства : підручник; рекомендовано МОН України. 2-ге вид. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 728 с.*

2. Мальська М.П., Рутинський М.Й., Білоус С.В., Мандюк Н.Л. Економіка туризму: теорія та практика: підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 544 с.

3. Морозова О., Грановська В., Крикунова В. Економіка туризму : навч. посібник. Одеса : Олді+, 2021. 316 с.

4. Ніколайчук О.А. Економіка туристичного підприємства : метод. рек. до вивч. дисц. ; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. міжн. екон. та туриз. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2018. 76 с.

5. Перерва П.Г., Матросова В.О., Проскурня О.М., Кобелева Т.О, Косенко А.В. та інші. Економіка, менеджмент, маркетинг туризму та гостинності: навч. посібник; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». Харків, 2020. 893 с.

6. Світлична В.Ю., Александрова С.А. Економіка туризму : підручник. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О.М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 167 с.

Ухвалили

Завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи



Наталія ЧОРНА

Погоджено

Голова фахової атестаційної комісії



Сергій ГИРИЧ

Начальник навчально-методичного відділу



Тетяна ШЕВЧУК