

**Міністерство освіти і науки України
Київський національний торговельно-економічний університет
Вінницький торговельно-економічний інститут**

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова приймальної комісії

Наталія ЗАМКОВА

10 березня 2021 р.



**ПРОГРАМА
вступних фахових випробувань**

освітній ступінь	«магістр»
галузь знань	24 «Сфера обслуговування»
спеціальність	242 «Туризм»
освітня програма	«Міжнародний туристичний бізнес»

Вінниця 2021

ВСТУП

Програма вступного випробування з дисциплін професійної підготовки для здобуття освітнього ступеня «магістр» підготовлена відповідно до освітньо-професійної програми (ОПП) підготовки магістра за спеціальністю 242 «Туризм» 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:

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

Основний зміст складається з шести розділів:

1. Економіка туризму.
2. Організація туризму.
3. Маркетинг в туризмі.
4. Менеджмент в туризмі.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

1. ЕКОНОМІКА ТУРИЗМУ

1.1. 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.

1.2. 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.

1.3. 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.

1.4. 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.

1.5. 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.

1.6. 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.

1.7. 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.

1.8. 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.

1.9. 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.

1.10. 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. ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИЗМУ

2.1. 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. 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 та паратуристична 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.

2.2. 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. Просторова структура триступеневої організації послуг; соціальна структура ядрово-мережної організації 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.

2.3. Класифікації в туризмі.

Класифікація туризму за різними ознаками класифікації: 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 туристичного обслуговування.

Класифікація туристичних підприємств. Види підприємств - туроператорів та тур-агентів.

Типи туристів та ознаки їх класифікації.

2.4. Міжнародні, регіональні та національні показники розвитку сфери туризму.

Статистика туризму: методологія розрахунків та показники розвитку міжнародного туризму. Терміни «турист», «відвідувач», «подорожани». Основні показники, які включені в статистику туризму.

Рекомендації ВТО по метрологічній структурі туризму.

Проблеми обліку туристичних витрат та розрахунок мультиплікативного ефекту туризму.

Сталий розвиток туризму та дестинацій. Міжнародні документи, які обумовлюють перспективи розвитку туристичної сфери в світі.

Туристичне господарство країни. Геопросторова модель туризму.

2.5. Історичні передумови виникнення та розвитку туристичної системи України.

Питання періодизації історії світового туризму та історичні передумови його виникнення. Подорожі в Стародавньому світі та Середньовічній Європі. Визначні мандрівники минулого та епоха великих відкриттів. Соціально-економічні передумови сучасного етапу розвитку туризму. Перші організовані туристичні подорожі в світі. Історія виникнення туристично-екскурсійної справи.

Початок туристичної справи в Росії та Україні. Розвиток туризму в СРСР у 20-60-ті роки ХХ сторіччя. Загальна характеристика стану туристичної індустрії СРСР в 70-80-ті роки. Загальна характеристика стану туристичної індустрії СРСР в 70-80-ті роки: БММТ «Супутник», ВАТ «Інтурист» та Всесоюзної центральної Ради по туризму та екскурсіям.

Характеристика розвитку туризму в світі на сучасному етапі. Транснаціоналізація готельно-туристичного бізнесу.

Міжнародні туристичні організації та їх роль в проведенні світової (регіональної) туристичної політики. Показники стану та перспективи розвитку туризму в світі, їх динаміка. Міжнародне співробітництво в галузі туризму.

2.6. Світова туристична політика та роль ВТО у її формуванні.

Туристична політика: визначення та класифікація.

Світова туристична політика та роль міжнародних організацій в її формуванні, регулювання.

Всесвітня туристична організація: структура, роль та значення у формуванні міжнародних туристичних обмінів. Комітети та комісії ВТО: їх функції, завдання.

Туристичні прибуття: їх структура. Формування туристичного балансу країни. Країни активного та пасивного туризму.

Формування міжнародних контактів та міжнаціональної туристичної політики. Міжнародні організації: загальні, спеціальні, регіональні та інші.

Інтеграційні та глобалізаційні процеси в туризмі. Міжнародна інтеграція в туризмі. Формування та роль транснаціональних корпорацій у сфері туризму.

2.7. Туристична політика України на сучасному етапі.

Структура управління туристичною сферою в Україні. Завдання та функції Державної служби туризму та курортів Міністерства культури і туризму України. Міністерство туризму та курортів АР Крим: функції та завдання. Документи, які регулюють діяльність виконавчих органів в галузі туризму.

Установи та організації управління туризмом в Україні. їх основні функції та завдання. Недержавні громадські організації та їх місце в регулюванні та розвитку туристичної сфери.

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

Державні, національні програми розвитку основних туристичних дестинацій. Законодавчі та підзаконні акти розвитку окремих туристичних дестинацій.

Державна програма розвитку туризму. Програми розвитку окремих видів туризму. Місцеві та регіональні туристичні програми та концепції.

2.8. Механізм державного регулювання туризму.

Організаційно-правовий механізм регулювання туристичної діяльності. Туристичне законодавство. ЗУ «Про туризм»: положення, статті, регулювання.

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

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

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

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

2.9. Порядок ліцензування туристичної діяльності та сертифікації туристичних послуг.

Ліцензування в туризмі. Види туристичної діяльності, що підлягає ліцензуванню. Ліцензійні умови та правила їх виконання. Вимоги до матеріально-технічної бази, кадрового складу та інші умови забезпечення ліцензійних умов.

Сертифікація та стандартизація сфери складових індустрії туризму (за видами туристичних підприємств, за складовими туристичної сфери).

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

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

Ліцензування та сертифікація транспортних перевезень. Правила ліцензування автотранспортних перевезень, сертифікації маршрутів.

Сертифікація закладів готельного господарства та ресторанного бізнесу. Державні стандарти та правила сертифікації засобів готельного господарства.

2.10. Умови створення та функціонування туристичного підприємства.

Законодавчі та нормативні умови провадження господарської діяльності з організації іноземного, внутрішнього, зарубіжного туризму, екскурсійної діяльності.

Етапи створення туристичного підприємства та запровадження підприємницької діяльності з надання туристичних послуг.

Особливості функціонування туристичних підприємств в Україні різних форм власності та організаційно-правових форм господарювання. Основні умови започаткування та роботи туристичної фірми.

Ліцензування та сертифікація туристичних послуг в Україні.

Матеріальна база та кадрове забезпечення туристичної фірми.

Обладнання та оформлення офісу туристичної фірми. Організація роботи front -, back -офісів та call-центру туроператорів.

Туроперейтинг. Агентський бізнес та формування агентської мережі. Агентський бізнес в туризмі. Види та форми агентської роботи.

Організація агентського бізнесу з продажу квитків на авіа-, залізнично-дорожні та автотранспортні перевезення.

2.11. Технологія створення туристичного продукту та формування його асортименту.

Вибір географії подорожей туристичним підприємством (фірмою). Принципи туристичного районування. Основні таксономічні одиниці: турцентр, туркомплекс, курорт. Туристичні ресурси та інфраструктура найпопулярніших курортів світу та України. Туристична освоєність території України. Основні туристичні регіони та райони України. Розвиненість туристичної інфраструктури впродовж транспортних коридорів.

Характеристика асортименту послуг туристичної фірми.

Планування туристичних подорожей. Технологічний процес підготовки, реалізації та проведення туру.

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

Організація туристичного обслуговування різних типів споживачів.

Особливості формування психологічного комфорту при здійсненні групових подорожей. Завдання та обов'язки керівника туристичної групи.

2.12. Принципи формування програм перебування туристів.

Програмне обслуговування в туризмі. Правила та порядок складання програм перебування туристів. Фактори, що впливають на формування та комплектацію програм перебування туристів. Особливості створення програм перебування туристів в залежності від видів туризму, інфраструктури курорту та місцевості основного перебування.

Види та характеристика програмних заходів в туризмі.

Умови виконання програм перебування туристів. Створення бази реалізації програм перебування, партнерська робота з підприємствами розміщення туристів та транспортними компаніями. Завантаження підприємств розміщення та складання графіків заїздів (для підприємств сезонної дії та лікувально-оздоровчого профілю).

2.13. Організація обслуговування клієнтів.

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 клієнтури 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.

2.14. Загальні принципи організації транспортного обслуговування туристів.

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.

2.15. Туристичні перевезення на авіатранспорті.

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 IATA 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.

2.16. Туристичні перевезення на залізничному транспорті.

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

Технологія перевезення та обслуговування туристів на залізнодорожньому транспорті.

Організація спеціальних залізничних турів (турпоїздів).

Специфіка перевезення туристів залізнодорожнім транспортом за кордоном. Особливість залізнодорожніх перевезень на міжнародних маршрутах.

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

2.18. 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.

2.19. Види туристичних формальностей та умови їх виконання.

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.

2.20. Паспортно-візові формальності.

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.

2.21. 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.

2.22. 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.

2.23. 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.

2.24. 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 deadline. Компенсація та штрафні санкції в разі несвоєчасної ануляції.

2.25. 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.

2.26. Претензійна робота в туризмі.

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.

2.27. Безпека туристичних подорожей.

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.

МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМІ

3.1. 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.

3.2. 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.

3.3. 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.

3.4. 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.

3.5. Маркетингова продуктова політика туристичного підприємства.

Основні напрямки та етапи формування продуктової політики туристичного підприємства. Аналіз туристичного 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.

3.6. 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.

3.7. 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.

3.8. 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, лобювання, 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.

МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРИЗМІ

4.1. Сутність і зміст менеджменту туризму.

Організаційно-управлінський процес у туризмі. Основні поняття й управлінські категорії туризму. Історичні й сучасні інструменти управління. Особливості менеджменту в туризмі. Загальні критерії відокремлення туризму від інших видів діяльності. Матеріальні і нематеріальні компоненти туристичного продукту. Будова індустрії туризму. Інтегральна структура туристичного продукту.

4.2. Принципи, рівні, цілі, завдання менеджменту.

Типи і види управління. Сучасні принципи менеджменту та їх характеристика. Особливості менеджменту в туризмі. Принципи управління. Основні економічні закони, на які спираються принципи управління. Загальні принципи менеджменту. Часткові принципи менеджменту.

4.3. Еволюція менеджменту туризму.

Розвиток менеджменту і туризму як сфер людської діяльності. Сучасні детермінанти менеджменту туризму. Оптимальність наукових підходів менеджменту в управлінні туристичною діяльністю. Порівняння організацій давнини й сучасності. Етапи розвитку менеджменту туризму на території України. Періоди еволюції менеджменту як наукового напрямку. Взаємозв'язок наукових підходів з управлінням, спрямованим на складники внутрішнього середовища.

4.4. Система туризму, її основні компоненти.

Поняття про систему туризму. Основні компоненти системи туризму. Зовнішнє оточення системи туризму. Реалізація менеджменту у туризмі в умовах провідного впливу ринку. Ознаки системи управління (менеджменту) як об'єкту дослідження. Вимоги до систем управління.

4.5. Керуюча підсистема (суб'єкт) управління в туризмі.

Фактори туристичної мотивації. Типи туристів. Види і форми туризму. Ієрархія потреб за Л. Маслоу. Факторна модель споживчої мотивації.

Домінантні і побічні фактори туристичної мотивації. Характеристика туристів за різними ознаками.

4.6. Об'єкт управління в туризмі.

Туристичний регіон як об'єкт управління в туризмі. Управління конкурентоспроможністю туристичної території. Наукові підходи до управління туристичним регіоном. Територія як просторово локалізований тур продукт. Структура туристичного продукту території. Формування туристичної пропозиції. Основні характеристики туристичної дестинації. Структура територіального туристичного продукту.

4.7. Туристичні організації як об'єкт управління.

Сутність діяльності туристичних організацій. Функції туристичних організацій. Регіональна політика у сфері туризму і завдання національних туристичних організацій. Передумови організації комплексу туристичної діяльності та управління. Економічні агенти ринку туристичних послуг. Завдання регіональної політики у сфері туризму. Схема виробничо-обслуговуючої діяльності тур підприємств.

4.8. Управління внутрішнім і зовнішнім середовищем в туризмі.

Внутрішнє середовище в туризмі. Цілепокладання в туризмі. Сукупність необхідних особистих якостей, які повинен поєднувати в собі менеджер туризму. Риси і властивості цілепокладання організації. Системна модель внутрішніх змінних організацій. Основні ресурси, які використовуються організаціями. Напрями та рівні поділу праці.

4.9. Організаційні структури управління в туризмі.

Поняття про організаційну структуру управління. Типи організаційних структур. Проектування організаційних структур управління туризмом. Етапи реалізації проектування організаційної структури. Основні інструменти проектування і формування структури організації. Складники організаційних структур. Вимоги до сучасних організаційних структур управління. Порівняння типів організаційних структур.

4.10. Зовнішнє середовище туристичної діяльності.

Характеристика зовнішнього середовища туризму. Мікросередовище туристичної організації. Макросередовище туристичного бізнесу. Зовнішні обставини ефективності туризму. Класифікація основних категорій спеціалістів, задіяні в туризмі. Вплив загальних економічних факторів на туризм. Вплив туризму на економіку. Політика туризму.

4.11. Функції, принципи і методи менеджменту туризму.

Сутність і взаємний зв'язок функцій менеджменту. Планування в туризмі. Організаційна функція в туризмі. Етапи процесу стратегічного планування. Ефективність планування. Перспективне, тактичне і оперативне планування

управління туристичною діяльністю. Основні складники змісту поетапного плану розвитку туризму. Ефективні методи планування у сучасному менеджменті.

4.12. Принципи менеджменту в туризмі та їх класифікація.

Принципи управління в туризмі. Тенденції управлінського процесу. Класифікація та характеристика принципів. Основні тенденції управлінського процесу. Основні та часткові принципи управління. Кібернетичні, організаційні та соціально-психологічні принципи управління.

4.13. Система методів менеджменту та їх взаємозв'язок.

Класифікація методів управління. Організаційно-адміністративні методи менеджменту. Економічні методи управління. Соціально-психологічні методи управлінського впливу. Ціноутворення у сфері туризму. Кругообіг оборотних засобів у туризмі. Соціальне планування. Психологічне планування.

4.14. Комунікаційний процес в управлінні туристичною діяльністю.

Комунікаційна майстерність. Діловий етикет у туризмі. Невербальні прийоми комунікації. Умови забезпечення ефективності переговорів. Формування комунікаційного процесу. Принципи ділового етикету для туристичної галузі. Ведення протоколу під час ділової наради.

4.15. Управління зовнішніми комунікаціями.

Зовнішні комунікації як маркетинговий захід. Управління маркетинговими комунікаціями. Характеристика цільової аудиторії в маркетингових комунікаціях. Завдання управлінського персоналу туристичної компанії. Спеціальні інструменти комунікацій туристичних компаній.

4.16. Управлінські рішення в туризмі.

Сутність процесу прийняття рішень. Моделі прийняття управлінського рішення в туристичній діяльності. Методи прийняття управлінського рішення в туристичній діяльності. Стадії загального процесу прийняття рішення в контексті туристичної діяльності. Класифікація управлінських рішень. Загальна технологія процесу прийняття рішень.

4.17. Управління конфліктами в туризмі.

Конфлікт, його характерні риси. Класифікація конфліктів. Причини конфліктів в туристичній практиці. Методи вирішення конфліктів. Рівні прояву конфлікту у туризмі. Правила запобігання конфліктам. Фактори впливу на конфліктні ситуації в державі. Систематизація причин конфліктів у туристичній практиці. Структурні й міжособові методи вирішення конфліктів в організації. Управління продажем туристичного продукту. Психологічні особливості обслуговування клієнтів в офісі туристичної фірми. Корпоративна культура підприємства. Ефективні прийоми роботи з клієнтами. Історія управління продажем. Головні принципами корпоративної культури.

4.18. Ефективний менеджмент – управління, орієнтоване на клієнта.

Управління персоналом та процесами праці в туризмі. Ситуаційні моделі ефективного керівництва. Головні принципи управління, спрямованого на успіх. Вимоги до професійної, психологічної, репрезентативної підготовки персоналу в туризмі. Оцінювання ефективності управління. Основні показники, які характеризують організаційну структуру.

4.19. Управління, орієнтоване на клієнта.

Еволюційна характеристика моделей організації. Підходи до управління. Моделі реалізації управлінського процесу в туризмі. Цикл купівлі та споживання турпродукту. Еволюційна характеристика моделей організації.

4.20. Управління продажем туристичного продукту.

Характеристика управлінських підходів. Фактори, які впливають на ефективність продажу туристичного продукту.

4.21. Проблеми сучасної системи управління туризмом.

Територіальні проблеми управління туризмом. Економічна ефективність управлінської діяльності в туризмі. Зарубіжний досвід з орієнтації на прибуток відомих підприємств туристичної індустрії. Показники оцінки економічної ефективності управлінської діяльності в туристичній галузі. Показники рентабельності.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ, СТРУКТУРА ОЦІНКИ І ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ПІДГОТОВЛЕНOSTІ ВСТУПНИКІВ

1 Тестування триває 1 годину (60 хвилин).

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

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

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

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

6 Мінімальна сума балів з випробування дорівнює 100.

7 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 вступників робити суворо заборонено.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Економіка туризму

1. Балашова Р. І. Організація діяльності туристичного підприємства : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 184 с.
2. Бочко О. Ю., Проскура В.Ф. Основи планування діяльності підприємств невиробничої сфери : навч. посібник. Київ : Кондор, 2012. 218 с.
3. Бутко И. И., Ситников Е. А. , Ушаков Д. С. Туристический бизнес: основы организации. Ростов-на-Дону : Феникс, 2007. 384 с.
4. Быстров С. А., Воронцова М. Г. Туризм: макроэкономика и микроэкономика. Санкт-Петербург : ИД «Герда», 2007. 464 с.
5. Гаврилюк С. П. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу : навч. посібник. Київ : КНТЕУ, 2007. 180 с.
6. Городня Т. А., Щербак А. Ф. Економіка туризму: теорія і практика : навч. посібник. Київ : Кондор, 2012. 436 с.
7. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 224 с.
8. Здоров А. Б. Экономика туризма : учебник. Москва : Финансы и статистика, 2007. 272 с.
9. Мальська М. П., Бордун О. Ю. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 248 с.
10. Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес: теорія та практика : підручник. 2-ге вид., перероб. та допов. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 368 с.
11. Мальська М. П., Рутинський М. Й., Білоус С. В., Мандюк Н. Л. Економіка туризму : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2014. 544 с.
12. Маркетинг турпродукту : підручник / Ю. О. Карягін, З. І. Тимошенко, Т. О. Демура, Г. Б. Мунін ; за заг. ред. Г.Б. Муніна, О.О. Гаци. Київ : Кондор, 2009. 394 с.
13. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта : учеб.-практ. пособие / О. Ю. Грачева, Ю. А. Маркова, Л. А. Мишина, Ю. В. Мишунина. Москва : Дашков и К, 2009. 276 с.
14. Пуцентайло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 344 с.
15. Туризм и гостиничное хозяйство : учеб. пособие / Л. П. Шматько, Л. В. Жолобова, Г. И. Ляшко и др. ; под ред. Л.П. Шматько. 3-е изд., исправ. и допол. Москва : МарТ, 2007. 352 с.
16. Холловой Д. К., Тейлор Н. Туристический бизнес = *The Business of Tourism* ; пер. с 7-го англ. изд. Київ : Знання, 2007. 798 с.
17. Чудновский А. Д., Жукова М. А. Информационные технологии управления в туризме : учеб. пособие. 2-е изд., стер. Москва : Кнорус, 2007. 104 с.

18. *Экономика и организация туризма: международный туризм : учеб. пособие ; под ред. И. А. Рябовой, Ю. В. Забаева, Е. Л. Драчевой. 3-е изд., испр. и доп. Москва КНОРУС, 2007. 576 с.*

19. *Яковлев Г. А. Экономика и статистика туризма : учеб. пособие. 4-е изд., перераб. и доп. Москва : РДЛ, 2007. 480 с.*

Організація туризму

1. *Балашова Р. І. Організація діяльності туристичного підприємства : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 184 с.*

2. *Банько В. Г. Туристська логістика : навч. посібник. Київ : КНТ, 2008. 204 с.*

3. *Биржаков М. Б. Введение в туризм. 9-е изд., перераб. и доп. Санкт-Петербург : Невский Фонд, ИД «Герда», 2008. 576 с.*

4. *Ведмідь Н. І. Організація дозвілля в туристичній індустрії : опорний конспект лекцій. Київ : КНТЕУ, 2008. 40 с.*

5. *Власова Т. И., Шарухин А. П., Данилова М. М. Профессиональное и деловое общение в сфере туризма : учеб. пособие. 2-е изд., стер. Москва : Академия, 2008. 256 с.*

6. *Галасюк С. С., Нездоймінов С. Г. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 178 с.*

7. *Долженко Г. П. Основы туризма : учеб. пособие. Москва, Ростов-на Дону : МарТ, 2009. 320 с.*

8. *Кифяк В. Ф. Організація туризму : навч. посібник. Чернівці : Книги-XXI, 2008. 344 с.*

9. *Косолапов А. Б. Туристское страноведение. Европа и Азия : учеб.-практ. пособие. 3-е изд., стер. Москва : КНОРУС, 2008. 400 с.*

10. *Косолапов А. Б., Елисеева Т. И. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства : учеб. пособие. 4-е изд., стер. Москва : КНОРУС, 2008. 200 с.*

11. *Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник. Київ: Знання, 2008. 661 с.*

12. *Мальська М. П., Бордун О. Ю., Жук І. З. Управління персоналом у туризмі: теорія та практика : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 234 с.*

13. *Мальська М. П., Бордун О. Ю. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 248 с.*

14. *Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес: теорія та практика : підручник. 2-ге вид., перероб. та допов. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 368 с.*

15. *Мельниченко С. В. Менеджмент підприємства туристичної індустрії : опорний конспект лекцій. Київ : КНТЕУ, 2008. 95с.*

16. *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.

17. Михайліченко Г. І. Організація туризму : опорний конспект лекцій. Київ : КНТЕУ, 2018. 141 с.

18. Михайліченко Г. І., Єременко А. Ю. Організація туристичних подорожей : навч. посібник. Київ : КНТЕУ, 2011. 392 с.

19. Организация международного туризма : учеб. пособие / Н. Г. Можаяева, Е. В. Богинская, О. Б. Мазурина и др. ; под. ред. А. А. Скамницкого. Москва : Гардарики, 2008. 250 с.

20. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта : учеб.-практ. пособие / О. Ю. Грачева, Ю. А. Маркова, Л. А. Мишина, Ю. В. Мишунина. Москва : Дашков и К, 2009. 276 с.

21. Петрова І. В. Дозвілля в зарубіжних країнах : підручник. Київ : Кондор, 2008. 408 с.

22. Правик Ю. М. Маркетинг туризму : підручник. Київ : Знання, 2008. 303 с.

23. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії : навч. посібник. 3-тє вид., доп. і перероб. Київ : Атіка, 2009. 392 с.

Маркетинг в туризмі

1. Березин И. С. *Маркетинговый анализ. Рынок. Фирма. Товар. Продвижение. 3-е изд., испр. и доп. Москва, СПб. Вершина, 2008. 480 с.*

2. Бородкіна Н.О. *Маркетинг : навч. посібник; за ред. Г. В. Осовської. Київ : Кондор, 2007. 362 с.*

3. Бриггс С. *Маркетинг в туризме = Susan Briggs Tourism Marketing ; пер. с англ. М. Ю. Зарицкой. Київ : Знання-Прес, 2005. 358 с.*

4. Буряк П. Ю., Карпінський Б. А., Карпова Я. Ю. *Маркетинг : навч. посібник. Київ : Професіонал, 2005. 320 с.*

5. Бутенко Н. В. *Маркетинг : підручник. Київ : Атіка, 2006. 300 с.*

6. Гірченко Т. Д., Дубовик О. В. *Маркетинг : навч. посібник. Київ : ІНКОС, Центр учбової літератури, 2007. 255 с.*

7. Котлер Ф., Мейкенз Дж. *Маркетинг. Гостеприимство и туризм : учеб. для вузов ; пер. с англ.] ; под ред. Р. Б. Ноздревой. Москва : Юнити, 2007. 787 с.*

8. Мальська М. П., Бордун О. Ю. *Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 248 с.*

9. Мальська М. П., Бордун О. Ю. *Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 248 с.*

10. Мальська М. П., Мандюк Н. Л. *Основи маркетингу в туризмі : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 336 с.*

11. Маркетинг турпродукту : підручник / Ю. О. Карягін, З. І. Тимошенко, Т. О. Демура, Г. Б. Мунін ; за заг. ред. Г. Б. Муніна, О. О. Гаці. Київ : Кондор,

2009. 394 с.

12. *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.*

13. *Онищук Н. В. Мезомаркетинг у сфері туризму : монографія. Вінниця : Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2017. 300 с.*

14. *Правик Ю. М. Маркетинг туризму : підручник / Ю. М. Правик. Київ : Знання, 2008. 303 с.*

15. *Саак А. Э., Пшеничных Ю. А. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. пособие. Санкт-Петербург : Питер, 2007. 480 с.*

16. *Савельєв Є. В., Чеботар С. І., Штефанович Д. А. Новітній маркетинг : навч. посібник/; за ред. Є.В. Савельєва. Київ : Знання, 2008. 420 с.*

17. *Торопков В. М. Маркетинг : опорний конспект лекцій. Київ : КНТЕУ, 2008. 136 с.*

18. *Шульгіна Л. М. Маркетинг підприємств туристичного бізнесу : монографія. Київ : КНТЕУ, 2005. 597 с.*

19. *Шульгіна Л. М. Маркетинг у туристичній індустрії : опорний конспект лекцій. Київ : КНТЕУ, 2010. 99 с.*

Менеджмент

1. *Афонченкова Т. М., Булюк О. В., Масенко Б. П., Панченко Ю. В., Федотова Н. В. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посіб. / за заг. ред. О. Є. Лугініна. Київ : Ліра-К, 2012. 364 с.*

2. *Бриль К. Г. Вдосконалення організаційно-економічного механізму управління туристичними центрами в сучасних умовах. Економіка & держава. 2015. № 6. С. 72–75.*

3. *Виноградський М. Д., Виноградська А. М., Шкапова О. М. Менеджмент в організації : навч. посіб. Київ : Кондор, 2002.*

4. *Галиця І. О., Мельник І. Л. Нові аспекти управління в туристичній індустрії. Регіональна економіка. 2012. № 2. С. 155–161.*

5. *Іванова І. В. Менеджмент підприємства. Практикум : навч. посібник. Київ : КНТЕУ, 2007. 249 с.*

6. *Іванова О. М. Інтернет-технології в управлінні туристичними підприємствами. Економіка & держава. 2016. № 7. С. 40–43.*

7. *Кожухар В.М. Основи теорії організації : учеб. пособие. Москва : ИТК «Дашков й Ко», 2006. 184 с.*

8. *Колокнева М.В. Теория организации в вопросах й ответах : учеб. пособие. Москва : Проспект, 2006. 280 с.*

9. *Коренченко Р.А. Общая теория организации : учеб. для вузов. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 286 с.*

10. *Латфуллин Г. Р., Радченко А. В. Теория организации. Санкт-Петербург : Питер, 2003. 400 с.*

11. *Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес: теорія та практика : підручник. 2-ге вид., перероб. та допов. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 368 с.*

12. Марценюк Л. В. Організаційні моделі управління туристичним бізнесом. *Економіка & держава*. 2016. № 3. С. 23–27.

13. Мельниченко С. В., Ведмідь Н. І., Босовська М. В., Романчук Л. Д., Єсіпова К. А. *Менеджмент підприємства : опорний конспект лекцій*. Київ : КНТЕУ, 2014. 131 с.

14. Моргулець О. Б. *Менеджмент у сфері послуг : навч. посібник* Київ : Центр учбової літератури, 2012. 384 с.

15. Мошек Г. Є., Гомба Л. А., Піддубна Л. П. *Менеджмент підприємства : підручник*. Київ : КНТЕУ, 2002. 371 с.

16. Панченко Ю. В., Лугінін О. Є., Фомішин С. В. *Менеджмент внутрішнього і міжнародного туризму : навч. посіб. вид. стереотип.* Херсон : Олдіплюс, 2017. 342 с.

17. Романова Л. В. *Управління підприємницькою діяльністю : навч. посібник*. Київ: Центр учбової літератури, 2006. 244 с.

18. Савчук Г. *Напрями підвищення ефективності менеджменту персоналу туристичної організації*. Вісник. Київський інститут бізнесу та технологій. 2016. № 2. С. 60–62.

19. *Управління потенціалом підприємства : навч. посібник* / І. З. Должанський, Т. О. Загорна, О. О. Удалих та ін. Київ : Центр учбової літератури, 2006. 362 с.

20. *Управління ресурсами підприємства : навч. посібник* / В. І. Крамаренко, Б. І. Холод, Ю. М. Воробйов, інші ; за ред. Воробйова Ю. М., Холода Б. І. Київ : Центр учбової літератури, 2004. 288 с.

21. Хмурова В. В. *Менеджмент підприємницької діяльності : навч. посібник*. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 286 с.

22. Хомяков В. І. *Менеджмент підприємства : навч. посібник*. 2-ге вид., перероб. і доп. Київ : Кондор, 2009. 434 с.

23. Шандова Н. В., Билим О. С. *Фактори впливу на розвиток туристичної привабливості регіону*. *Економіка, фінанси, право*. 2018. № 7. С. 21–24.

УХВАЛИЛИ

Завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи

Н. Чорна

ПОГОДЖЕНО

Голова фахової атестаційної комісії

С. Гирич

Начальник навчально-методичного відділу

Т. Шевчук