



Маріупольський
університет

ПРОГРАМА

**вступних випробувань
на 2024 рік**

для здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 242 «Туризм і рекреація»
ОПП «Туризм»

Програма вступних випробувань на 2024 рік для здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 242 «Туризм». Київ : МДУ, 2024. 18 с.

Укладачі: Балабаниць А.В., д.е.н., професор кафедри МТ

Програма затверджена на засіданні кафедри маркетингу та туризму

Протокол № 7 від 20 лютого 2024 р.

ЗМІСТ

ПРОГРАМА ВСТУПНОГО ФАХОВОГО ІСПИТУ ДЛЯ ЗДОБУТТЯ ДРУГОГО (МАГІСТЕРСЬКОГО) РІВНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 242 ТУРИЗМ ДЛЯ ОСІБ, ЯКІ КОРИСТУЮТЬСЯ СПЕЦІАЛЬНИМИ УМОВАМИ ВСТУПУ.....	4
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	17

**ПРОГРАМА ВСТУПНОГО ФАХОВОГО ІСПИТУ ДЛЯ ЗДОБУТТЯ ДРУГОГО
(МАГІСТЕРСЬКОГО) РІВНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 242
«ТУРИЗМ», ДЛЯ ОСІБ, ЯКІ КОРИСТУЮТЬСЯ СПЕЦІАЛЬНИМИ УМОВАМИ
ВСТУПУ**

Пояснювальна записка

Програма вступного фахового іспиту зі спеціальності 242 «Туризм» призначена для вступників за ОС Магістра усіх форм навчання. За цією спеціальністю можуть навчатися громадяни, які мають базову вищу освіту (освітній рівень – бакалавр) або повну вищу освіту (спеціаліст, магістр) з різних напрямків підготовки.

Формою вступних випробувань здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 242 «Туризм» є фаховий екзамен у письмовій формі із використанням інформаційно-комунікаційних технологій Zoom, Viber, WhatsApp, Telegram, Google Meet тощо та навчального порталу Moodle МДУ протягом 2 годин.

Загальні вимоги до вступників:

- наявність ступеня бакалавра або диплома спеціаліста;
- відповідний рівень професійної підготовки, який перевіряється при перехресному вступі перевіряється на вступній співбесіді за спеціальністю;
- певний рівень результатів студентської наукової підготовки, яка підтверджується нагородами та участю в конференціях, друкованими роботами, оцінкою стажування за кордоном тощо;
- певний рівень іноземних мов.

На підставі представлених документів формується рейтинг вступників на ОС «Магістр», на підставі якого вступники проходять конкурсний відбір. Питання складені у відповідності з програмами наступних дисциплін:

- Основи туризмознавства та історія туризму
- Економічна теорія
- Організація готельного господарства
- Менеджмент у туризмі
- Організація туризму
- Маркетинг у туризмі
- Аналіз діяльності підприємств туризму
- Економіка туризму

Вступний екзамен є формою визначення ступеня підготовленості абітурієнтів, які мають базову вищу освіту за освітнім ступенем «Бакалавр». Аналіз отриманих результатів під час екзамену дозволяє визначити досягнення і з'ясувати недоліки у підготовці фахівців з метою наступного зарахування на навчання за програмою підготовки на ОС «Магістр». Час, що відводиться для проведення екзамену, складає 2,0 години.

Типові завдання, що виносяться на іспит

Основи туризмознавства та історія туризму

1. Сутність «туризмознавства».
2. Рівні процесу створення туризмознавства як науки.
3. Об'єкт та предмет туризмознавства.
4. Філософські принципи туризмознавства.
5. Географічне, інфраструктурне і статистичне визначення туризму.
6. Особливості туризму як виду економічної діяльності.
7. Функції туризму.
8. Мандрівник, тимчасовий відвідувач, турист, екскурсант.
9. Суб'єкти туристичної діяльності.
10. Туристична поїздка і туристичне перебування.
11. Категорії туризму.
12. Види туризму за цілями подорожей та методом проведення.
13. Класифікація туризму в залежності від тривалості подорожей та кількості туристів.
14. Форми надання туристичних послуг.
15. Сталий і екологічний туризм.
16. Особливості визначення комерційного і соціального туризму.
17. Сутність та показники туристичного попиту.
18. Особливості туристичного попиту.
19. Еластичність туристичного попиту.
20. Залежність попиту та пропозиції туристичних послуг.
21. Сутність та складові туристичної пропозиції.
22. Вплив економіки на туризм.
23. Вплив туризму на економіку країни.
24. Економічні функції туризму.
25. Вплив туризму на національний бюджет.
26. Туризм і міжнародна торгівля послугами.
27. Внесок міжнародного туризму у платіжний баланс країни.
28. Туризм і зайнятість населення.
29. Методологічні підходи щодо вивчення туризму.
30. Важливість географічного підходу в туризмознавстві.
31. Міждисциплінарний підхід щодо вивчення туризму.
32. Зв'язок туризмознавства з економічними науками.
33. Періодизація розвитку міжнародного туризму з огляду на стан економічного розвитку країн світового господарства.
34. Передумови виникнення міжнародного туризму та їх характеристика.
35. Фактори, що зумовлюють розвиток міжнародного туризму після другої світової війни.
36. Принципи сучасного технологічного співробітництва в області туризму.
37. Дослідження туризму в працях європейських вчених.
38. Вивчення туризму до початку ХХ ст.
39. Значення Монреальської декларації "До гуманного і соціального бачення туризму".
40. Сучасний етап розвитку туризмознавства.
41. UNWTO та її роль у міжнародній туристській політиці.
42. Міжнародні туристські організації
43. Міжнародні документи у сфері туризму.
44. Внесок українців у географічні дослідження земної кулі.
45. Зародження туристсько-рекреаційної справи на західноукраїнських землях.
46. Розвиток туризмознавства в Україні у міжвоєнний період.
47. Роль краєзнавчо-туристських товариств у дослідженні туристичної галузі України.

48. Діяльність Української республіканської ради по туризму та екскурсіях щодо вивчення туризму.
49. Сучасні організації та товариства, що займаються вивченням розвитку туристичної галузі України.
50. Туристська політика в Україні, її основні положення.
51. Нормативно-правова база в сфері туризму.
52. Напрями державної політики в галузі туризму.
53. Шляхи реалізації державної політики в галузі туризму.
54. Основні важелі впливу держави на туристську діяльність.

Економічна теорія

1. Предмет економічної теорії: концептуальні підходи.
2. Зародження та основні етапи розвитку економічної теорії.
3. Сучасні економічні теорії: загальна характеристика.
4. Методологія економічних досліджень.
5. Економічні категорії та закони, їх класифікація.
6. Економічні потреби, їх сутність і класифікація. Закон зростання потреб.
7. Основні фактори (ресурси) виробництва, їх характеристика.
8. Крива виробничих можливостей. Закон зростання альтернативних витрат.
9. Економічна система: її сутність і структурні елементи.
10. Відносини та форми власності в трансформаційній економіці України.
11. Форми організації суспільного виробництва.
12. Заробітна плата: зміст, форми, системи.
13. Товар та його властивості. Вартість (цінність) товару: альтернативні теорії.
14. Гроші: їх суті, та функції. Закон грошового обігу.
15. Об'єктивні умови формування і розвитку ринку.
16. Сутність ринку, його структура та критерії розмежування.
17. Особливості становлення ринкових відносин в Україні.
18. Організаційні форми сучасного підприємства.

Організація готельного господарства

1. Сутність індустрії гостинності та її ретроспективний аналіз.
2. Виникнення перших закладів гостинності (стародавній світ II тис. до н.е. – V ст.).
3. Початок формування спеціалізованих закладів розміщення (епоха середньовіччя).
4. Розвиток готельної справи в XVI – XX ст.
5. Сучасний розвиток готельного господарства.
6. Процеси концентрації і кооперації в готельному бізнесі.
7. Готельне господарство України на сучасному етапі.
8. Терміни і визначення понятійного апарату «гостинність». Модель та основні концепції гостинності.
9. Визначення поняття „послуга”. Види послуг, що надаються готелем.
10. Сутність та особливості готельних послуг
11. Поняття та види додаткових послуг у готелях, форми їх надання
12. Служби обслуговування в готелі
13. Технологія надання додаткових послуг у готелі
14. Поняття «якість готельних послуг», «якість обслуговування», «культура обслуговування»
15. Фактори формування якості обслуговування
16. Фактори впливу на якість обслуговування в готельних комплексах
17. Сутність класифікації та її основних критеріїв.
18. Сучасна класифікація готелів світу.
19. Особливості класифікації готелів різних країн в залежності від комфортабельності.

20. Класифікація готелів та аналогічних засобів розміщення України.
21. Типи готелів за функціональним призначенням.
22. Управлінська діяльність на підприємствах готельного бізнесу як специфічний різновид трудового процесу.
23. Реалізація функції “організація” в готельному господарстві.
24. Принципи організації виробництва послуг проживання.
25. Архітектура та інтер’єр у готельному господарстві
26. Функціональна організація приміщень підприємства готельного господарства
27. Організація нежитлових груп приміщень
28. Організація приміщень житлової групи
29. Теоретичні основи сервісної діяльності.
30. Організація роботи служби прийому і розміщення
31. Організація та технологія бронювання послуг
32. Організація роботи служби експлуатації номерного фонду та обслуговування
33. Анімаційні послуги в готелях
34. Організація продовольчого і матеріально-технічного постачання в готельному господарстві
35. Організація санітарно-технічного та інженерно-технічного обслуговування в готельному господарстві
36. Сучасні інформаційні технології в готельному бізнесі
37. Управління безпекою готелю

Менеджмент у туризмі

1. Менеджмент як специфічна сфера людської діяльності.
2. Система відносин в організації як предмет вивчення менеджменту.
3. Передумови виникнення науки управління.
4. Існуючі парадигми менеджменту.
5. Класичні та неокласичні теорії менеджменту.
6. Особливості формування сучасної моделі менеджменту в Україні.
7. Характеристика інтегрованих підходів до управління: процесний підхід; системний підхід; ситуаційний підхід.
8. Закони і закономірності менеджменту.
9. Сутність, природа та роль принципів менеджменту в досягненні мети організації.
10. Функції менеджменту як види управлінської діяльності.
11. Класифікація і характеристика функцій менеджменту.
12. Сутність та класифікація методів менеджменту.
13. Процес управління як сукупність взаємопов’язаних і взаємодіючих функцій, методів, управлінських рішень та інших категорій менеджменту.
14. Мета управлінського процесу, його учасники, предмет, засоби здійснення. Управлінський цикл.
15. Управлінське рішення як результат управлінської діяльності.
16. Класифікація управлінських рішень.
17. Фактори, що впливають на процес прийняття управлінських рішень.
18. Моделі прийняття управлінських рішень.
19. Підходи до прийняття рішень.
20. Якість управлінських рішень
21. Сутність і зміст планування як функції менеджменту, його види та їхній взаємозв’язок.
22. Класифікація цілей організації.
23. Сутність функції організування та її місце в системі управління.
24. Повноваження, обов’язки, відповідальність.
25. Процес делегування повноважень і відповідальності.
26. Значення людського фактора в управлінні організацією.

27. Психологічні та фізіологічні особливості працівника.
28. Взаємозв'язок потреб, спонукань, цілей і винагород працівників в процесі мотивування.
29. Теорії і моделі процесі мотивування: змістовний і процесний підходи.
30. Поняття контролювання та його місце в системі управління.
31. Принципи і цілі функції контролювання.
32. Етапи процесу контролювання: формування стандартів вимірювання, порівняння фактичного виконання зі стандартами, оцінка та регулювання.
33. Поняття регулювання та його місце в системі управління.
34. Види регулювання.
35. Інформація, її види та роль в менеджменті.
36. Вимоги, що висуваються до інформації.
37. Поняття і характеристика комунікацій.
38. Різновиди «внутрішніх» та «зовнішніх» комунікацій.
39. Перешкоди в комунікаціях.
40. Зворотній зв'язок в процесі комунікації.
41. Засоби комунікацій, їх переваги та недоліки.
42. Комунікаційний процес, елементи та етапи процесу.
43. Поняття та загальна характеристика керівництва.
44. Керівництво як об'єднувальна функція менеджменту.
45. Основи керівництва: вплив, лідерство, влада.
46. Адаптивне керівництво.
47. Влада як елемент примушення.
48. Теорії лідерства. Типологія лідерів.
49. Характеристика та класифікація стилів керування.
50. Видова класифікація ефективності організації.
51. Особливості оцінки різновидів ефективності.
52. Концепції визначення ефективності менеджменту в організації.
53. Підходи до оцінки ефективності менеджменту в організації.
54. Напрями підвищення ефективності управління організацією.
55. Сутність та різновиди відповідальності та етики в менеджменті.

Організація туризму

1. Сутність поняття «туризм». Туризм як економічне явище.
2. Сучасні підходи до визначення туризму.
3. Історія та передумови розвитку туризму.
4. Етапи розвитку туризму.
5. Місце і роль туризму в економіці країни.
6. Стан розвитку туризму в Україні.
7. Види і форми туризму.
8. Внутрішній і міжнародний туризм.
9. Соціальна, гуманітарна й економічна функції туризму.
10. Фактори, що впливають на розвиток туризму.
11. Туризм як соціально-економічна система.
12. Суб'єкт та об'єкт туризму.
13. Туристичні ресурси: сутність і види.
14. Природно-рекреаційні туристичні ресурси.
15. Природно-антропогенні ресурси
16. Заповідний фонд України.
17. Історико-культурні ресурси:
18. Соціально-економічні ресурси.
19. Туристичне районування України.
20. Поняття інфраструктури туристичної сфери.

21. Туристична інфраструктура найпопулярніших курортів світу та України.
22. Туристична індустрія. Структура туристичної індустрії.
23. Функції туроператорів та турагентів, як суб'єктів туристичної індустрії.
24. Сучасний туристичний ринок: особливості його функціонування перспективи розвитку.
25. Функції туристичного ринку.
26. Види ринків туристичних послуг.
27. Суб'єкти туристичного ринку.
28. Туристичний попит і туристична пропозиція, їх особливості.
29. Поняття сегментації туристичного ринку; критерії сегментації туристичного ринку.
30. Методи сегментації ринку. Класифікація Гана.
31. Сучасний стан світового ринку міжнародних послуг.
32. Організація туризму європейського регіону.
33. Індустрія туризму американського регіону.
34. Туристичні ринки південно-азіатського та азіатсько-тихоокеанського регіонів.
35. Соціально-економічні умови розвитку близько-східного туристичного регіону соціально-економічні умови розвитку африканського туристичного регіону.
36. Умови формування туристичного ринку України.
37. Аналіз ринку туристичних послуг України.
38. Мета й основні завдання регулювання туристської діяльності на міжнародному рівні.
39. Міжнародні організації, які координують туристичну діяльність.
40. Інструменти регулювання міжнародної туристичної діяльності.
41. Міжнародні документи, що регламентують туристичну діяльність.
42. Міжнародні відносини України у сфері туризму.
43. Державні органи регулювання туристської діяльності в Україні.
44. Туристська політика в Україні, її основні положення.
45. Основні законодавчі й нормативно-правові акти у сфері туризму, що діють в Україні.
46. Основні важелі впливу держави на туристську діяльність.
47. Права й обов'язки туристів і екскурсантів.
48. Основні пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму.
49. Ліцензування як важіль підвищення якості роботи туристського підприємства.
50. Порядок ліцензування.
51. Сертифікація в туризмі.
52. Стандартизація в туризмі – засіб захисту прав інтересів туристів.
53. Договірні відносини у сфері туризму.
54. Договори, що укладаються між туроператором (турагентом) і туристом.
55. Поняття про туристичне підприємство.
56. Види туристичних підприємств та їх особливості.
57. Етапи створення туристичного підприємства та запровадження підприємницької діяльності з надання туристичних послуг.
58. Вибір організаційно-правової форми туристичного підприємства.
59. Обґрунтування організаційної структури управління туристичним підприємством.
60. Розробка засновницьких документів, державна реєстрація і організаційне оформлення туристичного підприємства.
61. Особливості функціонування туристичних підприємств Україні різних форм власності та організаційно-правових форм господарювання.
62. Вимоги до офісу й персоналу туристського підприємства.
63. Випадки та порядок ліквідації туристського підприємства.
64. Матеріальна база та кадрове забезпечення туристичної фірми.
65. Обладнання та оформлення офісу туристичної фірми.
66. Організація роботи front-, back-офісу та call-центру туроператорів.
67. Туроперейтинг: сутність та функції.

68. Агентський бізнес та формування агентської мережі.
69. Види та форми агентської роботи.
70. Поняття про технологію роботи підприємств і технологічні процеси.
71. Учасники технологічних процесів в туристичній діяльності.
72. Діяльність туроператорів. Особливості діяльності туроператорів внутрішнього, в'їзного і виїзного туризму.
73. Найбільші туроператори в Україні. Найбільші туроператори в світі.
74. Технологічні аспекти формування туру.
75. Застосування інформаційних технологій в туризмі – засіб підвищення ефективності роботи туристських підприємств.
76. Програмне забезпечення туристичних подорожей.
77. Інтернет – технології в туризмі.
78. Ефективність роботи туристичних підприємств при застосуванні інформаційних технологій.
79. Технологія організації спеціалізованих видів туризму.
80. Правила організації і проведення заходів виставкової індустрії.
81. Визначення турпродукту. Особливості турпродукту.
82. Властивості турпродукту. Єдині вимоги до турпродукту.
83. Якість турпродукту. Показники оцінки якості туристичного продукту.
84. Життєвий цикл турпродукту та характеристика його стадій.
85. Поняття про концепцію генералізації турпродукту.
86. Процес управління життєвим циклом турпродукту.
87. Стратегії управління турпродуктом.
88. Проектування турпродукту.
89. Формування турпродукту. Теоретичні основи методики розробки турпродукту.
90. Методика розрахунку ціни на турпродукт.
91. Стратегії ціноутворення.
92. Просування і реалізація турпродукту.
93. Поняття та основні види туристичних формальностей.
94. Світова та національна нормативно-законодавча база виконання туристичних формальностей.
95. Перелік основних нормативних документів, що забезпечують спрощення туристичних формальностей та встановлення візового режиму в ряді країн світу.
96. Правила оформлення паспортів громадянам України для виїзду за кордон.
97. Види та особливості паспортів. Біометричні паспорти.
98. Класифікація віз та встановлення візового (безвізового) режиму в'їзду до країни.
99. Оформлення в'їзних віз.
100. Шенгенська угода та шенгенська віза: правила оформлення документів туристів.
101. Митні формальності. Визначення понять «митні формальності», «митний догляд», «митна декларація».
102. Поняття митних формальностей та органи, що забезпечують їх виконання.
103. Задачі Державної митної служби. Правила ввозу в Україну та вивозу з України речей і товарів.
104. Процедура митного догляду та правил оформлення митної декларації.
105. Основні реквізити митної декларації та порядок її заповнення.
106. Поняття «валютних формальностей» та «валютного контролю».
107. Валютні цінності. Правила перевезення валюти та інших цінностей через державний кордон України.
108. Медико-санітарні формальності для туристів. Місцеві туристичні формальності та збори.
109. Організація туристичного обслуговування, його контроль, облік і розрахунки.
110. Класи обслуговування.

111. Якість обслуговування і засоби її регулювання.
112. Культура обслуговування та основні правила прийому клієнтів.
113. Претензійна робота в туризмі. Основні права та обов'язки туристів.
114. Порядок відшкодування втрат у разі невиконання або неякісного виконання туристичного обслуговування.
115. «Договірна» та «недоговірна» шкода. Порядок компенсації втрат.
116. Використання Франкфуртської таблиці для розрахунку суми відшкодування моральної та матеріальної шкоди, заподіяної туристам з вини туроператора.
117. Досвід інших країн щодо компенсації фізичної, матеріальної та (чи) моральної шкоди.
118. Страхування в туризмі. Ризики у страхуванні.
119. Види страхування в туризмі. Обов'язкові види страхування.
120. Укладання договорів між туристськими підприємствами і страховими компаніями.
121. Правила і порядок страхування туристів, їх майна та порядок виплати страхових сум.
122. Дії туриста в момент настання страхового випадку.
123. Транспорт як засіб забезпечення туристичної діяльності. Класифікація транспортних перевезень і транспортних засобів.
124. Перевезення сухопутним транспортом. Організація автобусних подорожей.
125. Організація подорожей на особистому автомобілі та прокат автомобілів. Види автомобілів для цілей туризму та подорожей.
126. Розроблення автотранспортного маршруту. Процедура оренди автомобіля.
127. Подорожі водним транспортом. Круїзний туризм.
128. Перевезення повітряним транспортом. Система міжнародного повітряного транспорту.
129. Основні характеристики ринку авіаційних перевезень у світі та в Україні.
130. Організація туристських авіаперевезень. Основні види тарифів.
131. Форми взаємодії авіакомпаній і туристських фірм.
132. Класи обслуговування, що надаються авіакомпаніями.
133. Порядок взаємодії туристичних і транспортних підприємств.
134. Класифікація засобів розміщення. Стисла характеристика засобів розміщення.
135. Загальні вимоги до засобів розміщення.
136. Організація взаємодії туристських підприємств з підприємствами засобами розміщення.
137. Організація надання послуг харчування в туризмі. Загальна характеристика послуг харчування в туризмі.
138. Режими харчування туристів. Організація харчування туристів у дестинаціях.
139. Організація взаємодії туристських підприємств з підприємствами харчування.
140. Поняття екскурсійного обслуговування. Види екскурсій.
141. Характеристика установ з екскурсійного обслуговування.
142. Організація взаємодії туристських підприємств та установ з екскурсійного обслуговування.
143. Нормативно-правові акти щодо забезпечення безпеки туристичних подорожей.
144. «Фактори ризику» в туризмі та основні заходи щодо нівелювання їх наслідків.
145. Правила поведінки туристів в разі специфічних факторів ризику.
146. Обов'язки рецептивного туроператора щодо надання допомоги в разі настання форс мажорних обставин.

Маркетинг у туризмі

1. Соціально-економічна сутність маркетингу. Етапи розвитку маркетингу як науки.
2. Сутність та специфіка маркетингу у туристичній індустрії.
3. Сучасні тенденції розвитку маркетингу туристичних підприємств.
4. Основні поняття маркетингу.
5. Суб'єкти маркетингу.

6. Концепції маркетингу, їх характеристика.
7. Становлення і розвиток туристичного маркетингу
8. Принципи, мета, завдання та функції маркетингу туризму.
9. Формування ринку туристичних послуг
10. Технологія реалізації концепції маркетингу на туристичному підприємстві.
11. Цілі маркетингу. Задачі, функції та основні принципи маркетингу.
12. Види маркетингу.
13. Комплекс маркетингу в туристичній індустрії.
14. Маркетингове середовище туристичних підприємств.
15. Сутність та класифікація інформації в туризмі.
16. Маркетингова інформаційна система (МІС), її склад та характеристика.
17. Сутність, завдання і напрямки маркетингових досліджень в туристичній сфері.
18. Процес маркетингових досліджень: сутність і характеристика етапів.
19. Методи збору вторинної інформації (кабінетні дослідження).
20. Первинне дослідження туристичного ринку (польові дослідження).
21. Маркетингові дослідження ринку туристичних послуг.
22. Позиціонування туристичного продукту.
23. Сутність та основи формування асортиментної політики.
24. Туристичний продукт, його сутність та складові.
25. Товарні марки, дизайн, упаковка, сервісне обслуговування.
26. Стратегія розробки нових товарів.
27. Конкурентоспроможність товару.
28. Стратегічні підходи до розробки туристичного продукту-новинки.
29. Життєвий цикл товару.
30. Види та стадії життєвого циклу туристичного продукту та їх характеристика.
31. Особливості маркетингу на різних етапах життєвого циклу товару.
32. Сутність та формування маркетингової цінової політики.
33. Ціна як елемент комплексу маркетингу.
34. Принципи формування базової ціни туристичного продукту.
35. Методи ціноутворення.
36. Система управління цінами на туристичному підприємстві.
37. Сутність та основи формування політики розподілу.
38. Збутова стратегія туристичного підприємства. Вибір каналів розподілу.
39. Посередництво в системі розподілу туристичного продукту.
40. Сутність та елементи комплексу маркетингових комунікацій.
41. Процес маркетингових комунікацій.
42. Роль, завдання та види реклами туристичних підприємств.
43. Розробка рекламного бюджету туристичного підприємства.
44. Оцінка ефективності реклами.
45. Стимулювання збуту та особисті продажі в маркетингу туристичної фірми.
46. Зв'язки з громадськістю в туристичній сфері.
47. Пропаганда в комплексі маркетингових комунікацій.
48. Стимулювання збуту як засіб впливу на ринок.
49. Методи стимулювання збуту.
50. Аналіз ефективності маркетингової діяльності.
51. Спонсорська діяльність.
52. Планування маркетингу туристичної діяльності.
53. Організаційні структури управління маркетинговою діяльністю.
54. Моделі організаційних структур маркетингу.
55. Система маркетингового контролю на туристичному підприємстві.

Аналіз діяльності підприємств туризму

1. Поняття економічного аналізу, предмет, мета, завдання, принципи
2. Види економічного аналізу.
3. Фактори, що визначають результати господарської діяльності і їх класифікація.
4. Система показників, що використовуються в економічному аналізі.
5. Методика економічного аналізу
6. Завдання і інформаційне забезпечення аналізу
7. Аналіз обсягу пропозиції і реалізації послуг підприємств готельного господарства
8. Аналіз обсягу пропозиції і реалізації послуг туристського підприємства
9. Аналіз обсягу пропозиції і реалізації послуг санаторнокурортного (оздоровчого) закладу
10. Значення, завдання і інформаційне забезпечення аналізу.... 86
11. Аналіз стану основних засобів
12. Аналіз ефективності використання основних засобів
13. Значення, завдання і інформаційне забезпечення аналізу використання трудових ресурсів.
14. Аналіз чисельності, складу і руху робочої сили.
15. Аналіз використання фонду робочого часу.
16. Аналіз продуктивності праці.
17. Поняття собівартості, кошторис, калькуляція.
18. Класифікація витрат. Методи обліку і калькулювання собівартості.
19. Значення, завдання і інформаційне забезпечення аналізу.
20. Аналіз структури і динаміки витрат на виробництво і реалізацію продукції (робіт, послуг).
21. Завдання і джерела інформації аналізу фінансових результатів.
22. Аналіз складу, динаміки і структури фінансових результатів діяльності підприємств туризму.
23. Аналіз розподілу прибутку підприємства.
24. Система показників для оцінки рентабельності.
25. Сутність і завдання аналізу ліквідності та платоспроможності підприємства.
26. Аналіз показників ліквідності та платоспроможності.
27. Оцінка та прогнозування стану банкрутства.
28. Система показників для оцінки ділової активності.
29. Аналіз забезпеченості оборотними активами та ефективності їх використання.
30. Методика аналізу ринкової активності підприємства.
31. Сутність і завдання аналізу фінансової стійкості підприємства.
32. Абсолютні показники фінансової стійкості.
33. Відносні показники фінансової стійкості.
34. Оцінка запасу фінансової стійкості.
35. Особливості залучення інвестицій на підприємства туристичної індустрії і принципи оцінки інвестиційних проектів.
36. Фінансово-економічна оцінка інвестиційних проектів.

Економіка туризму

1. Основні поняття і сутність економіки туризму.
2. Туристський ринок: сутність, структура, особливості.
3. Сутність підприємницької діяльності в туризмі.
4. Правові основи організації туристичних підприємств.
5. Організаційно-правові форми туристичних підприємств.
6. Спеціалізація та кооперування у туристичному бізнесі.
7. Виробнича програма туристичного оператора: сутність і структура.
8. Сутність і показники експлуатаційної програми підприємств готельного типу.

9. Виробнича програма закладів харчування туристів.
10. Загальна характеристика основних фондів туристичної галузі.
11. Характеристика показників ефективності використання основного капіталу.
12. Загальна характеристика оборотних фондів та їх класифікація.
13. Характеристика показників ефективності використання оборотних фондів.
14. Трудові ресурси: сутність, оцінювання стану та ефективності їх використання.
15. Продуктивність праці та методи її оцінки.
16. Продуктивність праці у сфері туризму.
17. Мотивація праці та організація заробітної плати.
18. Державне регулювання оплати праці.
19. Договірне регулювання оплати праці.
20. Сутність і структура витрат на формування та реалізацію турпродукту.
21. Планування витрат туристичних підприємств.
22. Методи та принципи визначення собівартості туристичного туру.
23. Напрями зниження собівартості послуг на туристичному підприємстві.
24. Сутність і роль доходу підприємств туристичного бізнесу.
25. Економічний механізм формування й розподілу доходу.
26. Економічні основи ціноутворення в туризмі.
27. Принципи та фактори ціноутворення в туризмі.
28. Методика та методи ціноутворення на туристичному підприємстві.
29. Цінова політика туристичних підприємств.
30. Сутність, види та джерела отримання прибутку в туристичному бізнесі.
31. Показники рентабельності підприємств туристичного бізнесу.
32. Сутність та класифікація ризиків на туристичному підприємстві.
33. Шляхи та заходи мінімізації ризику на туристичному підприємстві.
34. Банкрутство підприємства: сутність та форми регулювання в Україні.
35. Причини банкрутства туристичних підприємств.

Критерії оцінювання

Оцінювання фахового вступного іспиту здійснюється за 200-бальною шкалою (від 0 до 200 балів). Мінімальна кількість балів – 0. Максимальна кількість балів – 200. Прохідний бал – 130.

Бали за окремими завданнями розподіляються наступним чином:

НОМЕРИ ТЕСТОВИХ ЗАВДАНЬ	ТИПИ ЗАВДАНЬ	СХЕМА НАРАХУВАННЯ БАЛІВ
1-50	Завдання з вибором однієї правильної відповіді з чотирьох запропонованих варіантів відповіді.	0 або 4 бали: 4 бали, якщо вказано правильну відповідь; 0 балів, якщо вказано неправильну відповідь, або вказано більше однієї відповіді, або відповіді на завдання не надано.

Оцінювання знань відбувається за такою шкалою:

Шкала оцінювання

«незадовільно»	0 – 129	Вступник розрізняє об'єкти вивчення. Вступник відтворює незначну частину навчального матеріалу, має нечіткі уявлення про об'єкт вивчення. Вступник відтворює лише частину навчального матеріалу; виконує елементарні завдання.
«задовільно»	130 – 149	Вступник здатний до відтворення основного навчального матеріалу, може повторити за зразком певну операцію, дію. Вступник відтворює основний навчальний матеріал, здатний з помилками й неточностями дати визначення понять, сформулювати правила, визначення, поняття.. Вступник виявляє знання й розуміння основних положень навчального матеріалу. Відповідь його(її) правильна, але недостатньо осмислена. Вміє застосовувати знання при виконанні завдань за зразком.
«добре»	150 – 179	Вступник правильно відтворює навчальний матеріал, знає основоположні теорії і факти, вміє наводити окремі власні приклади на підтвердження певних думок, частково контролює власні навчальні дії . Знання вступника є достатніми, він (вона) застосовує вивчений матеріал у стандартних ситуаціях, намагається аналізувати, встановлювати найсуттєвіші зв'язки і залежність між явищами, фактами, робити висновки, загалом контролює власну діяльність. Відповідь його (її) логічна, хоч і містить певні неточності. Вступник добре володіє вивченим матеріалом, застосовує

		знання в стандартних ситуаціях, вмiє аналізувати й систематизувати інформацію, використовує загальновідомі докази із самостійною і правильною аргументацією.
«вiдмiнно»	180 – 200	Вступник має повні, глибокі знання, здатний (а) використовувати їх у практичній діяльності, робити висновки, узагальнення. Вступник має гнучкі знання в межах вимог навчальних програм, аргументовано використовує їх у різних ситуаціях, вмiє знаходити інформацію та аналізувати її, ставити і розв'язувати проблеми. Вступник має системні, міцні знання в обсязі та в межах вимог навчальних програм, усвідомлено використовує їх у стандартних та нестандартних ситуаціях. Вмiє самостійно аналізувати, оцінювати, узагальнювати опанований матеріал, самостійно користуватися джерелами інформації, приймати рішення.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Абрамов В.В. Історія туризму: підруч. Харків: Ви- давництво «Форт». 2010. 286с.: іл.
2. Бабарицька В. Менеджмент туризму. Туроперейтинг : Понятійно- термінологічні основи. Сервісне забезпечення турпродукту: Навчальний посібник, К.: Альтерпрес, 2004. 286 с.
3. Бай С.І. Менеджмент організації. Практикум: Навчальний посібник. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т", 2014. 179 с.
4. Байлик С.І, Писаревський І. М. Організація готельного господарства: підручник. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. 329 с
5. Байлик С.І.,Сегеда І.В.Технологія туристської діяльності. Конспект лекцій. Харків:ХНАМГ.2007.139с.
6. Банько В. Г. Будівлі, споруди та обладнання туристських комплексів: навч. посібн. К.: Дакор, 2008. 328 с.
7. Бейдик О.О. Туристсько-рекреаційні ресурси: навчально-методичний комплекс: 2-е вид., доп. і розш. К.: ВГЛ «Обрій», 2008. 167с.
8. Блій Г. Географія: світи, регіони, концепти/ Г. Блій. К.: Либідь, 2014. 740 с.
9. Бойко М. Г. Готельна справа: підручник. К.: КНТЕУ, 2015.
10. Бондар І.С., Горник В.Г., Горбань Ю.І. Формування державної політики в сфері інноваційної діяльності: навч. посіб. Київ: Видавництво Ліра-К, 2016. 280 с.
11. Боярко І. М., Гриценко Л.Л. Інвестиційний аналіз: Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2011. 400 с.
12. Вацеба В. Я. Туристичне країнознавство. Чернівці: Рута, 2003.
13. Гайдук А.Б. Дослідження розвитку світової туристичної індустрії звикористанням методу сценаріїв // Регіональна економіка, 2008, №3. С. 152- 160.
14. Галасюк С.С., Нездоймінов С.Г. Організація готельного господарства: навч.-практ. посіб. Київ: ФОП Гуляєва В.М., 2019. – 204 с.
15. Глобалізація й безпека розвитку/ За ред. О.Г. Білоруса. К.:КНЕУ,2001.733 с.
16. Головка О. М. Організація готельного господарства: навч. посіб. К.: Кондор, 2011. 410 с.
17. Городня Т. А. Економіка туризму: теорія і практика: підруч, К. : Кондор, 2014. 436 с.
18. Гуменюк Г.М. Організація туристичних подорожей: Навчально-методичний посібник.Івано-Франківськ: НАІР, 2014. 364 с.
19. Дерлоу Д. Ключові управлінські рішення. Технологія прийняття рішень. К.: Всеуито; К.: Наукова думка, 2017. 242 с. - (Усе про менеджмент)
20. Друкер П. Завдання менеджменту в ХХІ столітті. М.: Вільямс, 2010. -272с.
21. Інвестиційно-інноваційна діяльність: теорія, практика, досвід: монографія/ М.П. Денисенко, Л.І. Михайлова, І.М. Грищенко та ін.; за ред. М.П. Денисенка, Л.І. Михайлової. Суми: Університетська книга, 2017. 1050 с.
22. Інноваційний менеджмент: навч. посібник / Л.І. Михайлова, О.І. Гуторов, С.Г. Турчіна, І.О. Шарко. Вид. 2-ге, доп. Київ: Центр учбової літератури, 2015. 234 с.
23. Камлик Е.М., Окрепілов В.В. Організація і технологія готельного обслуговування.К.: Либідь, 2004.187с.
24. Ковешніков В.С. Організація готельно-ресторанної справи.К.: Кондор, 2015. 752 с.
25. Круль Г. Я. Основи готельної справи. Навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2011. 368 с.
26. Левицька І. В. Готельна справа : навчальний посібник. Вінниця : Едельвейс і К.- 2015. 580 с.
27. Любіцева О.О.Ринок туристичних послуг. К.:Альтерпрес. 2002.436с.
28. Майорова Т.В. Інвестиційна діяльність: навчальний посібник. К.: «Центр

- навчальної літератури», 2004. 376 с.
29. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика : навч. посіб. 2-вид. перероб. та доп.. К : Центр учбової л-ри, 2012. 472 с.
 30. Мальська М. П. Економіка туризму: теорія та практика: підруч, К. : Центр учбової літератури, 2014. 544 с.
 31. Мальська М. П. Туристичне країнознавство. Європа : навч. посіб., К. : ЦУЛ, 2009. 224 с.
 32. Мальська М.П., Рутинський М.Й., Білоус С.В., Мандюк Н.Л. Економіка туризму: теорія та практика: підручник. Київ: «Центр учбової літератури». 2019. 544 с.
 33. Масляк П.О. Рекреаційна географія: навч. Посібник, К. : Знання, 2008. 343 с.
 34. Мацука В.М., Ніколенко Т.І. Управління інноваціями: Навчальний посібник. Маріуполь: МДУ, 2019. 182 с.
 35. Михайліченко Г.І. Організація туристичних подорожей: навч. Посібник. К.: нац.торг.- екон. Ун-т, 2011.
 36. Мурашко М.І. Менеджмент персоналу: Навч. посіб. 3-те вид., випр. ідон. К.: Т-во "Знання", КОО, 2018. 435 с.
 37. Нечаюк Л. І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент. К.: ЦНЛ, 2006. 265 с.
 38. Організація готельного господарства: навч.-метод. посіб.. Львів: Вид-во «Добра справа», 2019. 224 с.
 39. Основи готельно-ресторанної справи: навч. посіб. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. 288 с.
 40. Островська Г. Й. Особливості розвитку готельно-ресторанної справи: кухні народів світу. Навчальний посібник. Тернопіль : Підручники і посібники, 2018. 268 с.
 41. Парфіненко А. Ю. Міжнародний туризм в Україні: геополітичні аспекти глобального явища //Актуальні проблеми міжнародних відносин. 2015. Вип. 126. Ч. 1. С. 12–23.
 42. Рутьєв В. А. Менеджмент. Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2017. 312 с. (Усе про менеджмент)
 43. Сазонець І. Л., Федорова В. А. Інвестування: підручник. К. : Центр учбової літератури, 2011. 312 с.
 44. Сокол Т. Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах. К.: Альтерпрес, 2009. 447 с.
 45. Сокол Т.Г. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності: Підручник // За заг. Ред.доктора пед.наук, проф. Орлова В.Ф. К.: Грамота, 2008. 264 с.
 46. Школа І.М., Корольчук О.П. Менеджмент туризму: підручник. Чернівці: КнигиХХІ, 2019. 464 с.