Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Факультет міжнародних економічних відносин
та туристичного бізнесу
Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

ЗАТВЕРДЖЕНО:
Ректор
Харківського національного
університету імені В.Н. Каразіна

_____ Тетяна КАГАНОВСЬКА

«_____»_____2021 р.

ПРОГРАМА КОМПЛЕКСНОГО АТЕСТАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ ЗА ФАХОМ «ТУРИЗМ»

для здобувачів вищої освіти спеціальності 242 – «Туризм»
другого (магістерського) рівня вищої освіти

ЗАТВЕРДЖЕНО:
на засіданні кафедри
туристичного бізнесу
та країнознавства

протокол № 2 від 21.09. 2021 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО:
на засіданні науково-методичної комісії
факультету міжнародних
економічних відносин та
туристичного бізнесу

протокол № 2 від 22.09. 2021 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО:
на засіданні Вченої ради факультету
міжнародних економічних відносин
та туристичного бізнесу

протокол № 2 від 23.09. 2021 р.

Харків – 2021

Програма комплексного атестаційного екзамену за фахом : «Туризм» для здобувачів вищої освіти спеціальності 242 – «Туризм» другого (магістерського) рівня вищої освіти

Укладачі:

Євтушенко Олена Віталіївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туристичного бізнесу та країнознавства факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу;

Парфіненко Анатолій Юрійович – кандидат історичних наук, доцент, зав. кафедри туристичного бізнесу та країнознавства факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу;

Посохов Іван Сергійович – кандидат історичних наук, доцент, доцент кафедри туристичного бізнесу та країнознавства факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу.

Загальні положення

Атестаційний екзамен – це комплексна перевірка знань здобувачів вищої освіти з фахових дисциплін, передбачених навчальним планом певної спеціальності. Проводиться в 3 семестрі.

Основним науково-методичним документом, що регламентує зміст комплексного атестаційного екзамену, є його програма. Вона спрямована на забезпечення всебічного підходу до оцінки теоретичної, методичної та практичної підготовки здобувачів вищої освіти, до виявлення рівня їх підготовки до майбутньої професійної діяльності.

Фахові компетентності здобувача вищої освіти
спеціальності 242 – «Туризм»
другого (магістерського) рівня вищої освіти:

- Здатність визначати основні наукові поняття та категорії методології туризму та туризмології (екскурсології) і застосовувати їх у професійній діяльності .
- Здатність використовувати методи наукових досліджень у сфері туризму .
- Здатність аналізувати геопросторову організацію туристичного процесу і проектувати її розвиток на засадах сталості.
- Розуміння завдань національної та регіональної туристичної політики та механізмів регулювання туристичної діяльності.
- Здатність використовувати теорію і методи інноваційно-інформаційного розвитку на різних рівнях управління.
- Здатність до організації та управління туристичним процессом на локальному та регіональному рівнях, в туристичній дестинації, на туристичному підприємстві.
- Здатність розробляти та сприяти упровадженню регіональних програм розвитку сталого туризму.
- Здатність упроваджувати в практику міжнародний досвід рекреаційно-туристичної діяльності.
- Розуміння механізмів взаємодії суб'єктів світового та національного туристичного ринків і положень соціально-відповідального бізнесу в туризмі та рекреації.
- Здатність управляти ризиками в туризмі
- Здатність до управління інформацією
- Здатність до підприємницької діяльності на національному та міжнародному туристичному ринку
- Здатність до визначення стратегічних завдань у розвитку туристичного бізнесу
  Здатність до соціальної та академічної мобільності в сфері туристичної діяльності
- Активно володіти іноземною мовою, розробляти документацію, презентувати і захищати результати інноваційної комплексної професійної діяльності в соціо-культурному середовищі, в тому числі іноземною мовою.
- Здатність прогнозувати перспектив розвитку світового ринку туризму.
- Здатність застосовувати механізм та процес управління якістю на підприємствах галузі туризму.
- Здатність застосовувати моделі інноваційного розвитку туристичних підприємств.
- Здатність до управління проектами для досягнення цілей господарської діяльності підприємств туристичної індустрії.
- Здатність до управління СПА та Велнес індустрією.

Порядок створення, організації та роботи Екзаменаційної комісії регламентується Положенням про організацію освітнього процесу в Харківському національному університеті імені В.Н. Каразіна, введеного в дію наказом ректора наказ ректора № 0202-1/155 від 21.04.2017 р. та Положенням про Порядок створення та організацію роботи Екзаменаційної комісії для атестації здобувачів вищої освіти, які отримують ступінь бакалавра, магістра (освітньо-кваліфікаційний рівень бакалавра, спеціаліста, магістра) в Харківському національному університеті імені В.Н. Каразіна, введеного в дію наказом ректора № 0202- 1/215 від 03.06.2015 р. зі змінами.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ
ПИСЬМОВИХ ВІДПОВІДЕЙ ДО
КОМПЛЕКСНОГО АТЕСТАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ ЗА ФАХОМ
Час виконання – 90 хвилин

Білет екзамену складається з 50 тестових запитань. За кожне правильне поєднання букви і цифри нараховується 2 бали. Всього - 100 балів.

УВАГА!

У разі використання заборонених джерел здобувач вищої освіти на вимогу члена комісії залишає аудиторію та одержує загальну нульову оцінку

Шкала оцінювання

Сума балів на екзамені	Оцінка для чотирьохрівневої шкали оцінювання
90 – 100	відмінно
70-89	добре
50-69	задовільно
1-49	незадовільно

ПРОГРАМА
КОМПЛЕКСНОГО АТЕСТАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ ЗА ФАХОМ

Завдання для комплексного атестаційного екзамену оформлюється у вигляді білетів з наступних дисциплін:

- «Управління регіональним розвитком туризму»
- «Бізнес-планування в туризмі »
- «Туристична політика зарубіжних країн »
- «Туризмологія: теорія туризму»

Тема 1. Туризм як об'єкт регіонального управління

Характеристики туризму як системи і об'єкта управління. Особливості взаємодії туризму з економікою регіону. Атракції та атрактори. Атрактори як ядро управління розвитком туризму. Механізми розвитку атракторів.

Тема 2. Державна регіональна політика як головний інструмент управління регіональним розвитком туризму

Об'єктивні передумови необхідності регіональної політики. Основні підходи до розуміння регіональної політики. Цілі та завдання державної регіональної політики в Концепції державної регіональної політики та Державній стратегії регіонального розвитку на період до 2015 року. Об'єкт та суб'єкти регіональної політики. Принципи державної регіональної політики. Стратегічні завдання регіональної політики України. Структурні компоненти регіональної політики.

Тема 3. Концептуальні основи планування розвитку туризму

Сутність планування та його роль у розвитку туризму. Механізм планування. Обґрунтування мети планування розвитку туризму. Основні етапи процесу планування. Основні рівні туристичного планування. Види планування. Директивне та індикативне планування. Довгострокове, середньострокове та короткотермінове планування. Стратегічне, тактичне та оперативне планування.

Тема 4. Програмно-цільовий підхід як процедура стратегічного управління розвитку туризму в регіоні

Сутність та види державних цільових програм. Характеристика основних підходів до розробки державних цільових програм. Рекреаційно-географічний підхід. Маркетингово-аналітичний підхід. Цілі та завдання регіональних цільових програм. Основні особливості цільових програм розвитку туризму в регіоні. Типова структура цільової програми. Основні типи показників цільової програми. Вибір регіональних проблем для розв'язання на основі цільової програми. Визначення ефективності цільової програми.

Тема 5. Маркетинг дестинацій як сучасний підхід до управління туризмом в регіоні

Теоретико-методичні підходи до визначення сутності і управління туристичними дестинаціями. Маркетинг дестинацій як управлінський процес. Концепція територіального маркетингу. Дестинація як комплексний продукт. Основні рівні туристичного продукту дестинації. Маркетингова стратегія дестинації.

Тема 6. Кластерна модель організації туристичної діяльності як інноваційна модель регіонального розвитку туризму

Кластерна модель організації туристичної діяльності в регіоні. Напрямки участі уряду у створені кластерів. Механізм формування туристичного кластеру. Участь у туристичному кластері як чинник конкурентоспроможності підприємства. Цілі та завдання туристичних кластерів. Переваги кластерної моделі організації туристичного бізнесу. Основні сектори туристичного кластеру. сектор виробництва туристичних послуг; сервісний сектор;

допоміжний сектор; сектор забезпечення життєдіяльності туристичного кластеру. Класифікація туристичних кластерів.

Тема 7. Сутність бізнес-планування та особливості його здійснення на підприємствах туристичної галузі

Особливості бізнесу в туристичній галузі. Імперативи розвитку туристичної галузі. Тенденції розвитку бізнесу в туризму. Зміст та предмет бізнес-планування діяльності підприємства. Підприємство як суб'єкт ринку та виробничо-ринкова система. Економічні параметри підприємства (активи, пасиви, витрати виробництва, дохід, прибуток). Методологія планування на підприємствах туристичної галузі. Функції та цілі розробки бізнес-плану. Формування інформаційного поля бізнес-плану. Загальна методологія розробки бізнес-плану. Програмне забезпечення процесу бізнес-планування (Project Expert, MS Project, Primavera SureTrack).

Тема 8. Система планів підприємства

Основні елементи системи планування. Місія. Стратегія. Тактика. Принципи бізнес-планування. Методи планування – нормативний, індикативний, оптимізації, балансовий, програмно-цільовий метод, дослідно-статистичний та ін. Види планування та їх взаємозв'язок. Вибір стратегії розвитку. Загальні стратегії розвитку, напрями та методи. Етапи стратегічного планування. Характеристика ринку туристичних послуг України та стратегії провідних туроператорів та турагентств.

Тема 9. Структура, логіка розробки та оформлення бізнес-плану

Основні етапи формування бізнес-плану. Визначення мети бізнес-плану. Збір інформації. Інформаційна база. Вибір структури бізнес-плану. Стислий бізнес-план. Повний та оперативний бізнес-план. Структура бізнес плану. Міжнародні стандарти до бізнес-плану. Вимоги до написання бізнес-плану: вимоги до оформлення його як документу та вимоги до його структури і змісту основних розділів. Послідовність розробки бізнес-плану.

Тема 10. Характеристика конкурентного середовища та конкурентні переваги продукції (послуг)

Поняття конкуренції та конкурентоспроможності. Механізм конкуренції. Основні складові конкурентного середовища. Види конкурентного середовища. Модель піти сил конкуренції Портера. SWOT та SNW- аналіз. Схема аналізу профілю конкурента. Конкурентні війни. Опис базових галузевих параметрів. Інвестиційна привабливість галузі. Загальна характеристика підприємства та його продукції (послуг). Конкурентоспроможність товару (послуги). Методи оцінки конкурентоспроможності товару (послуги): аналітична та графічні. Особливості послуг в туристичному бізнесі. Дослідження та аналіз ринку збуту продукції (послуг). Сегментація ринку та її методи. Методи прогнозування обсягів реалізації продукції (надання послуг). Конкурентні стратегії підприємства (стратегії бізнесу)

Тема 11. Маркетинг-план

Логіка розроблення плану маркетингової діяльності. Сутність та види маркетингових досліджень. Маркетингова товарна політика. Планування нових товарів. Оцінка привабливості ринкових сегментів. Матриця Бостонської консультаційної групи. Багатофакторна портфельна матриця «Мак-Кінсі» «привабливість-конкурентоспроможність». Матриця АДЛ (фірми Артура Д.Літла). Стратегії маркетинг. Цінові стратегії. Інтернет-маркетингові стратегії. Методи визначення ефективності маркетингових стратегій. Маркетингова політика комунікацій. Реклама в туризмі: сутність, функції та види.

Тема 12. Виробничий план

Цілі та завдання виробничого плану. Структура виробничого плану. Ресурсні обмеження. Витрати: сутність а їх види. Калькуляція собівартості продукції (послуги). Прогнози виробництва: песимістичний, оптимістичний, найбільш ймовірний. Виробничі потужності. Виробнича програма підприємства. Взаємозв'язок процесу виробництва з ризиками. Індикативні параметри виробничої програми. Особливості формування

виробничої програми в індустрії гостинності. Виробничі потужності, матеріально-технічний, кадровий потенціал. Оптимізація виробничої програми.

Тема 13. Організаційний план

Основні цілі та завдання організаційного плану. Організаційно-правові форми підприємств. Структура організаційного плану. Сутність та види організаційних структур: лінійні, функціональні та дивізіонні. Сучасні організаційні структури. Мережеві структури. Значення людського фактора в управлінні підприємством. Мотивація праці персоналу. Теорії мотивації. Особливості мотивації персоналу в туристичному бізнесі.

Тема 14. Оцінка ризиків

Поняття ризику та невизначеності. Сутність та види ризиків. Класифікація ризиків за походженням та середовищем виникнення. Теоретичні основи управління ризиками. Етапи управління економічними ризиками. Методи управління ризиками. Структура та цілі розроблення розділу «Аналіз потенційних ризиків». Оцінка та формування моделі управління ризиками на підприємстві. Підходи до управління ризиками. Організація процесу управління ризиками на підприємствах туристичного бізнесу. Шляхи мінімізації ризику. Вплив інфляції на оцінку рівні ризику. Страхування ризиків.

Тема 15. Фінансовий план

Значення та зміст фінансового плану. Основні завдання розділу «Фінансовий план». Прогнозування фінансових результатів. Побудова моделі грошових потоків. Дисконтування. Оцінка фінансового стану підприємства. Фінансовий стан як система взаємопов'язаних елементів. Інформаційна база для оцінювання фінансового стану підприємства. Класифікація і загальний порядок розрахунку основних показників фінансового стану підприємства. Фінансові коефіцієнти. Оцінка ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості підприємства Особливості проведення аналізу інвестиційної привабливості підприємства. Фактори інвестиційної привабливості підприємства. Методи оцінки ефективності інвестицій суб'єктів господарювання.

Тема 16. Туризмологія як соціогуманітарна наука

Основні теорії розвитку туризму. Актуалізація потреби створення теорії туризму: широкомасштабність туристичної діяльності, необхідність наукового підходу до вирішення нагальних завдань туристичної галузі, забезпечення високої економічної і соціальної ефективності туризму. Теоретико-методологічні засади туризмології. Кореляційне співвідношення теорії і практики туризму, виявлення зв'язків туризму з економікою, географією, культурою, соціологією, психологією тощо. Об'єкт, предмет і суб'єкт туризмології їх сутність і взаємовідношення.

Тема 17. Генеза туризмологічного знання

Осмислення феномену подорожей в процесі становлення туризмологічного знання. Перші узагальнення подорожей в античній філософії (Фалес, Солон, Піфагор, Платон, Анахарсіс, Прокл). Сутність, характер подорожей в епоху Середньовіччя, їх інтерпретація у теологічних вченнях Св.Августина і Фоми Аквінського.Виникнення туризму в Новий Час як організованої, специфічної форми подорожей. Ф.Бекон «Про подорожі».Становлення науки про туризм. Перпший період - доіндустріальний - два накопичення знань про туризм та їх раціональне узагальнення. Другий період (два етапи) - індустріальний - виникнення наукових знань про туризм (два етапи); перший етап (друга половина XIX ст.) - створення туризмологічних моделей розвитку туризму, розробка туристичної термінології; другий етап (з початку XX ст.) – виникнення національних туризмознавчих шкіл: австрійської, німецької, англійської, датської, швейцарської, французької, американської, польської, болгарської, колишньої Югославії (белградська школа) – початок створення теорії туризму. Заснування міжнародних, наукових і громадських організацій: Міжнародна академія туризму; Міжнародний центр по вивченню проблем туризму, Всесвітня туристська організація та інші.

Тема 18. Теоретико-методологічні складові туризмології

Понятійний апарат туризмології, її тезаурус. Сутність системоформуючих категорій туризмології: «подорож», «подорожани», «дестинація», «рекреаційні ресурси», «туристський продукт», «тур» та ін. Принципи, методи та функції туризмології. Туризмологічна проблемологія. Туризм як чинник сталого розвитку суспільства.

Тема 19. Складові туризмологічного знання

Філософія туризму як методологічна та концептуальна основа туризмології. Історія та антропологія туризму. Географія туризму. Соціологія туризму. Культурологія туризму. Психологія та етика туризму. Педагогіка туризму. Проблеми формування особистості засобами виховання, навчання і розвитку у контексті гуманітарно-соціальних функцій туризму. Праксеологія туризму.

Тема 20. Туристична політика і регулювання сфери туризму

Трактовка поняття «туристична політика». Специфічні фактори і цілі формування туристичної політики держави. Функції туристичної політики держави. Маркетинг національного туристичного продукту.

Тема 21. Основні органи управляння туризмом та моделі реалізації туристичної політики країни

Національні туристичні організації, маркетингові відомства та закордонні представництва (офіси) НТО. Моделі туристичної політики держави. Функції органу державного управління туризму.

Тема 22. Управління розвитком суб'єктів туристичного бізнесу в регіоні

Туристські дестинації як суб'єкт управління регіонального розвитку. Особливості інтеграційних процесів в управлінні організаціями індустрії туризму в регіоні. Кластерні моделі в управлінні регіональним розвитком туризму

Тема 23. Міжнародний аспект туристичної політики держави (міжнародні, регіональні туристичні організації, виставки, ярмарки).

Міжнародні туристичні організації. Регіональні туристичні організації. Міжнародні виставки та ярмарки.

Тема 24. Туристична політика країн Західної та Південної Європи

Туристична політика Франції . Туристична політика Іспанії. Туристична політика Італії. Туристична політика Німеччини. Туристична політика Великої Британії. Туристична політика Греції. Туристична політика Туреччини.

Тема 25. Туристична політика країн Центральної та Східної Європи

Туристична політика Білорусі. Туристична політика Польщі. Туристична політика Чеської республіки. Туристична політика Угорщини. Туристична політика Болгарії.

Тема 26. Туристична політика країн Північноамериканського та Південноамериканського макрорегіонів.

Туристична політика США. Туристична політика Канади. Туристична політика Мексики. Туристична політика Бразилії. Туристична політика Аргентини. Туристична політика Домініканської республіки.

Тема 27. Туристична політика країн-лідерів туризму Азіатсько- Тихоокеанського макрорегіону

Туристична політика Китаю. Туристична політика Малайзії. Туристична політика Таїланду. Туристична політика Австралії. Туристична політика Нової Зеландії. Туристична політика Японії.

ПИТАННЯ ДО КОМПЛЕКСНОГО АТЕСТАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ

1. Туризм як об'єкт наукового пізнання. Дисциплінарні підходи у вивченні туризму.
2. Місце туризмології в структурі соціогуманітарних наук.
3. Характеристика туризму як соціального інституту.
4. Гуманістична роль туризму в Глобальному етичному кодексі туризму.
5. Предмет, об'єкт та завдання туризмології як навчальної та наукової дисципліни.
6. Місце туризмології в системі туризмознавчих дисциплін та її роль у процесі підготовки фахівців для туристичної сфери.
7. Подорожі як предтеча туризму.
8. Основні етапи становлення науки про туризм.
9. Інституціоналізація туризмологічного знання у XX столітті.
10. Західноєвропейські туризмологічні школи.
11. Американська туризмологічна школа.
12. Теоретична модель туристичної науки Ф. Франжіалі.
13. Радянська туризмологічна школа.
14. Сучасні українські школи туризмології.
15. Основні системоутворюючі концепти туризмологіїї.
16. Поняття «подорож» і «туризм» як основні концепти туризмології.
17. Принципи, методи та функції туризмології.
18. Прогностична функція туризмології.
19. Філософське осмислення феномену туризму.
20. Географія туризму.
21. Соціологія туризму.
22. Культурологія туризму.
23. Психологія та етика туризму.
24. Педагогіка туризму.
25. Праксеологія туризму.
26. Туризмологія, туризмознавство, туристика: проблеми самоназви наукової теорії туризму.
27. Туризм в інтерпретації Дина Мак Кеннела.
28. Туризм і споживання: Зігмун Бауман.
29. Туристичне середовище як псевдобуття: концепція Даніеля Бурстіна.
30. Сутність поняття «державна регіональна політика».
31. Основні принципи, цілі та завдання державної регіональної політики.
32. Основні напрямки державної регіональної політики.
33. Форми та методи реалізації державного управління економічними процесами в регіоні.
34. Сутнісні характеристики туризму як системи і об'єкта регіонального управління.
35. Атрактори як ядро управління розвитком туризму в регіоні. Основні напрямки розвитку та підвищення привабливості атракторів.
36. Особливості взаємодії сфери туризму з економікою регіону.
37. Основні чинники розвитку туризму в регіоні.
38. Сутність планування та його роль в регіональному управлінні розвитку туризму.
39. Основні етапи планування регіонального розвитку туризму.
40. Рівні планування розвитку туризму. Сутність регіонального туристичного планування.
41. Види планування та особливості їх використання в туризмі.
42. Основні принципи планування розвитку туризму в регіоні.
43. Методи планування розвитку туризму в регіоні.
44. Стратегічне планування як процес та основа регіонального управління розвитком туризму. Зміст та етапи стратегічного плану.
45. Базові стратегії управління розвитком туризму в регіоні.

46. Основні етапи процесу формування і реалізації стратегії управління розвитком туризму в регіоні.
47. Стратегічне планування розвитку туризму і його місце в системі регіонального управління.
48. Характеристика основних стратегій покращення територій (за Ф. Котлером).
49. Стратегія самобутності території.
50. Стратегія «територія як відлагоджене середовище».
51. Стратегія «територія як постачальник послуг».
52. Стратегія «територія як зона відпочинку і розваг».
53. Формування «економіки ексклюзивності» як інноваційний напрямок розвитку туристичної сфери регіону.
54. Сутність програмно-цільового підходу.
55. Основні підходи до розробки регіональних цільових програм.
56. Рекреаційно-географічний та маркетингово-аналітичний підходи в розробці регіональний цільових програм розвитку туризму.
57. Структура і зміст цільових програм розвитку туризму.
58. Особливості цільової програми розвитку туризму і регіоні.
59. Теоретико-методичні підходи до визначення сутності і управління туристичними дестинаціями.
60. Маркетинг дестинацій як управлінський процес.
61. Дестинація як туристичний продукт.
62. Особливості маркетингової стратегії дестинації.
63. Механізм формування туристичного кластеру.
64. Основні переваги кластерної моделі організації туристичної діяльності.
65. Кластерна модель організації туристичної діяльності в регіоні.
66. Сутність бізнес-планування таособливості його здійснення напідприємстві.
67. Система планів підприємства.
68. Структура,логіка розробки таоформлення бізнес-плану.
69. Характеристикаконкурентного середовища та конкурентні переваги продукції (послуг).
70. Маркетинг-план.
71. Виробничий план.
72. Організаційний план .
73. Оцінка ризиків.
74. Фінансовий план.
75. Трактовка поняття туристична політика.
76. Специфічні фактори туристичної політики.
77. Основні цілі формування туристичної політики.
78. Основні функції туристичної політики.
79. Функція координації туристичної політики.
80. Функція планування туристичної політики.
81. Функція регулювання туристичної політики.
82. Ліцензування як форма державного регулювання галузі туризму.
83. Ліцензійні вимоги та умови.
84. Стандартизація як форма державного регулювання галузі туризму.
85. Основні задачі стандартизації в галузі туризму.
86. Рівні стандартизації в галузі туризму.
87. Характеристика шкідливих факторів в туризмі.
88. Сертифікація як форма державного регулювання галузі туризму.
89. Обов'язкова сертифікація.
90. Добровільна сертифікація.

91. Порядок проведення сертифікації туристичних послуг.
92. Маркетинг національного туристичного продукту.
93. Імідж країни.
94. Маркетингові комунікаційні заходи.
95. Функція стимулювання туристичної політики.
96. Основні напрямки допомоги держави в туристичній індустрії.
97. Соціальний туризм.
98. Функція захисту інтересів як форма державного регулювання галузі туризму.
99. Права та обов'язки туристів.
100. Поняття про національні туристичні організації.
101. Моделі туристичної політики держави.
102. Основні функції органа державного управління в сфері туризму.
103. Основні задачі органа державного управляння в сфері туризму.
104. Маркетингові відомства як складова національних туристичних організацій.
105. Закордонні офіси (представництва) національних туристичних організацій.
106. Основні міжнародні організації з туризму.
107. ВТО: цілі, устав, склад, особливості функціонування.
108. Регіональні туристичні організації.
109. Міжнародні виставки.
110. Міжнародні ярмарки.
111. Особливості туристичної політики країн ЄС.
112. Особливості державного регулювання туризму у країнах лідерах міжнародного туризму (Франція, Іспанія, Італія, Велика Британія).
113. Сучасний стан розвитку туризму у Франції.
114. Організація туризму у Франції.
115. Основні органи управління туризмом у Франції.
116. Організація туризму в Іспанії.
117. Основні органи управління туризмом в Іспанії.
118. Організація туризму в Італії.
119. Основні органи управляння туризмом Італії.
120. Сучасний стан туризму Китаю.
121. Основні органи управління туризмом Китаю.
122. Event-туризм в Китаї.
123. Діяльність Державного управляння з туризму Китаю.
124. Діяльність туристичних бюро з подорожей та прийому іноземних туристів Китаю.
125. Сучасний стан розвитку туризму в США.
126. Організація туризму в США.
127. Event-туризм в США.
128. Особливості державного регулювання туристичного ринку США.
129. Організація туризму в Польщі.
130. Органи управління туризмом Польщі.
131. Організація туризму в Саудівській Аравії.
132. Сегментація туристичного ринку Саудівської Аравії.
133. Основні органи управління туризмом Саудівської Аравії.
134. Організація туризму в Німеччині.
135. Сучасний стан туризму в Німеччині.
136. Основні органи управління туризмом в Німеччині.
137. Event-туризм в Німеччині.

138. Організація туризму в Туреччині.
139. Сучасний стан туризму в Туреччині.
140. Основні органи управління туризмом в Туреччині.
141. Event-туризм в Туреччині.
142. Організація туризму в Мексиці.
143. Сучасний стан туризму в Мексиці.
144. Основні органи управління туризмом в Мексиці.
145. Event-туризм в Мексиці.
146. Організація туризму в Великій Британії.
147. Сучасний стан туризму в Великій Британії.
148. Основні органи управління туризмом в Великій Британії.
149. Event-туризм в Великій Британії.
150. Організація туризму в Малайзії.
151. Сучасний стан туризму в Малайзії.
152. Основні органи управління туризмом в Малайзії.
153. Event-туризм в Малайзії.
154. Event-туризм у Франції.
155. Event-туризм в Іспанії.
156. Event-туризму в Іспанії.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА:

Основна

1. Закон України «Про туризм» от 19.09.95 г. № 325/95-ВР. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1105-14
2. Бланк І.О., Гуляєва Н.М Інвестиційний менеджмент: підручник / А.А. Мазаракі (заг. ред.). – К., 2009. - 397с.
3. Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент : учебный курс. - 2-е изд., перераб. и доп. – К. : Эльга, 2007. - 550с.
4. Басюк Д.І. Основи туризмології: навчально-методичний посібник / Д.І. Басюк – Кам'янець-Подільський: Аксіома, 2005. – 204 с.
5. Веретенников В.І. Управління проектами: Навчальний посібник: / В.І. Веретенников, Л.М. Тарасенко, Г.І. Гевлич - К.: Центр навчальної літератури, 2008. – 280 с.
6. Вишневська О. О. Феномен туризму у сучасному соціокультурному просторі: Монографія / Вишневська О. О. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2009. – 296 с.
7. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент [Текст]: підруч. / А. В. Войчак. – К.: КНЕУ, 2009. – 328 с.
8. Волошина С.В. Бізнес-планування: конспект лекцій. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2016. 64 с.
9. Васильців Т.Г., Качмарик Я.Д. Бізнес-планування: навч. посіб. Київ: Знання, 2013. 207 с.
10. Галасюк С.С. Стандартизація, сертифікація туристичних послуг та ліцензування туристичної діяльності : навчальний посібник / С. С. Галасюк. – Одеса : Астропринт, 2011. – 234 с.
11. Гапоненко Г.І., Євтушенко О.В., Шамара І.М. Туристичний ринок в Україні: тенденції та приховані можливості // Український журнал прикладної економіки (Категорія Б) 2020-Том 5 №1 С.64-72

12. Герасименко В.Г. Туризм як динамічна соціально-економічна система //Туризм в умовах глобалізації: особливості та перспективи ровитку: Монографія/Під ред. М.О. Кизима, В.Є. Єрмаченка.-Х.: ВД „ІНЖЕК".2012.-472с.-С. 49-70
13. Голиков А. П. Региональная политика и экономическое развитие: европейский контекст: Учебное пособие. А.П. Голиков, Н.А. Казакова, Ю.Г. Прав – Харьков: Экограф, 2009. – 240 с.
14. Гонтаржевська Л. І. Ринок туристичних послуг в Україні: навчальний посібник / Л. І. Гонтаржевська. – Донецьк : Східний видавничий дім, 2008. - 180 с.
15. Дмитренко В. М. Напрями вдосконалення механізмів розвитку туризму на регіональному рівні / Дмитренко В. М. // Держава та регіони. Серія: Державне управління. – 2007. – № 4. – С. 69–74.
16. Долженко Г. П. Туризмология, туризмоведение или туристика // Труды международной туристской академии. [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: http://gennadiy-dolzhenko.ru/a25.html
17. Долішній М. І. Регіональна політика на рубежі XX–XXI століть: нові пріоритети / Долішній М. І. – К.: Наукова думка, 2006. – 288 с.
18. Євтушенко О. В., Курінна А. Т. Роль туризму в розвитку національної економіки України // Бізнес Інформ. – 2018. – №11. – С. 249–257.
19. Євтушенко О.В., Гапоненко Г.І., Шамара І.М. Аналіз франчайзингової діяльності на туристичному ринку України// Агросвіт (Категорія Б) 2020-№4 С.52-58 DOI: 10.32702/2306-6792.2020.4.52
20. Ердавлетов С.Р. Основи туризмологии: учеб.-метод, пособие. С.Р. Ердавлетов С.Р. - Алмати: Казак Университеті, 2009.
21. Ігнатьєва І. А. Менеджмент організацій (малого та середнього бізнесу) : підручник / І. А. Ігнатьєва, О. М. Паливода, Р. В. Янковой. – К. : КНУТД, 2014. – 360 с.
22. Котлер Ф. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. / Пер. с англ. М. Акая при участии В. Мишучкова. – Спб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. – 376 с.
23. Кудла Н. Є. Маркетинг туристичних послуг : навчальний посібник / Н. Є. Кудла ; Львів. ін-т економіки і туризму. - Київ : Знання, 2011. - 351 с. - (Вища освіта XXI ст.).
24. Кучеренко В.Р. Управління діловими проектами: навч. посібник / В.Р. Кучеренко, О.С. Маркітан – К.: Центр навчальної літератури, 2010. – 280 с.
25. Леонт'єва Ю.Ю. Оцінка ресурсів категорії «Атракція» регіональних дестинацій України / Ю.Ю. Леонт'єва // Економіка і регіон: наук. вісн. – 2009. – № 3(22). – С.20-26.
26. Леонтьева Ю.Ю. Маркетинг дестинаций как составная часть регионального маркетинга / Ю.Ю. Леонтьева // Економіка: проблеми теорії та практики: Зб. наук. пр. – 2007. – Вип. 231: в 9 т., том VIII. – С.1569-1579.
27. Любіцева О. О. Туризмознавство: вступ до фаху: Підручник / О. О. Любіцева, В. К. Бабарицька. – К.: Київський університет, 2008. – 450с.
28. Любіцева, О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). - 3-є вид., переробл. та допов. [Текст] : навч. посібник / О.О. Любіцева. - К.: «Альтпрес», 2005. - 436 с.
29. Монастирський Г.Л. Теорія організації: підручник. 2-е видання, доповнене й перероблене. Тернопіль: "Крок", 2019. 368 с.
30. Олійник Я.Б. Теоретичні основи туризмології: навч. посібник / Я. Б. Олійник, А.В. Степаненко – К.: «Ніка-Центр», 2005. – 316 с.
31. Парфіненко А. Ю. Культура як джерело конкурентних переваг та складова туристичного іміджу регіону // Туризм в системі пріоритетів регіонального розвитку:

Монографія / Під ред. проф. В. В. Александрова. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2010. – С. 88-105.
32. Парфіненко А. Ю. Туристичне країнознавство : Підручник / А. Ю. Парфіненко, В. І. Сідоров, О.О.Любіцева. – 2-ге вид., переробл і доповн.-К.:Знання, 2015. – 551 с.
33. Регіони України: проблеми та пріоритети соціально-економічного розвитку: Монографія / За ред. З. С. Варналія. – К.: Знання України, 2005. – 498 с.
34. Семенов В. Ф. Управління регіональним розвитком туризму / В. Ф. Семенов, В. Г. Герасименко, Г. П Горбань., Л. М. Богадьорова. – навчальний посібник. – Одеса: Одеський державний економічний університет, 2011. – 225 с.
35. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія (2-ге вид. від. ред. доп.), Т.І. Ткаченко (2-ге вид. від. ред. доп.), – КНТЕУ, 2009 - 436 с.
36. Туризм в системі пріоритетів регіонального розвитку: Монографія / Під ред. проф. В. В. Александрова. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2010. – 287 с.
37. Туристичний імідж регіону: Монографія / За ред. Парфіненко А. Ю. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2009. – 315 с.
38. Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму: Монографія/ Кер.проекту В.С. Пазенок, В.К. Федорченко. - К.: ВЦ "Академія", 2013. - 368с. - (Серія "Монограф")
39. Туристична політика зарубіжних країн: підручник / кол. авт., за ред. А. Ю. Парфіненка. – Х. :ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2015. – 220 с.
40. Федорченко В.К. Педагогіка туризму / Федорченко В.К., Фоменко Н.А., Охріменко М.І., Цехмістрова Г.С. . – К.: Вид. Дім «Слово», 2004. – 296 с.
41. Цьохла С.Ю., Кожемякіна Т.В. Обгрунтування та експертиза бізнес-проектів: навч. посіб. Сімферополь: ДІАЙПІ, 2011. 400с.

Допоміжна

1. Дмитрук О.В. Застосування маркетингових комунікацій у діяльності рекреаційно-туристичних підприємств/ О.В. Дмитрук //Актуальні проблеми економіки.-К., 2009. - №9. - С.108-113
2. Данильчук В.Ф. Методологічні основи формування і розвитку туристичної діяльності на промисловій території: Автореф. дис. ...д-ра екон. наук / В.Ф.Данильчук. – Донецьк, 2009. – 36 с.
3. Дурович А. Маркетинговые исследовния в туризме: Учеб. – практ. пособие / А. Дурович, Л.Анастасова. – М.: Новое знание, 2002. – 348 с.
4. Енджейчик И. Современный туристический бизнес. Экостратегии в управлении фирмой: Пер. с пол. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 320с.
5. Мініч І.М. Соціальні чинники і функції інфраструктури туризму: соціологічний аналіз: Автореф. дис. на здоб. наук. ступеня канд. соціол. наук / І.М. Мініч. – К., 2002. – 18 с.
6. Пазенок В. С. Туризмологія (теорія туризму): навч. – метод. Посіб. Зі спецкурсу / В. С. Пазенок, В. К. Федорченко, О. А. Кручек, І. М. Мініч. – К.: КУТЕП, 2010. –70с.
7. Парфіненко А. Ю. Туристичне країнознавство. Навчальний посібник / А.Ю. Парфіненко – Х.: Бурун-Книга, 2009. – 288 с.
8. Пахомов Ю. М. Система цінностей як фактор конкурентоспроможності країн у глобальному світі / Ю.М. Пахомов // Економіка ринкових відносин. – К., 2008. - №1 (1). – С. 38-45.
9. Туризм в системі пріоритетів регіонального розвитку: Монографія / Під ред. проф. В. В. Александрова. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2010. – 287 с.

10. Урри Д. Туристское созерцание и «окружающая середа» / Д. Урри // вопросы социологии. – 1996. – Вып. 7. – С. 39-47.
11. Федорченко В.К. Педагогіка туризму / Федорченко В.К., Фоменко Н.А., Охріменко М.І., Цехмістрова Г.С. . – К.: Вид. Дім «Слово», 2004. – 296 с.
12. Всесвітня туристична організація (ЮНВТО) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www2.unwto.org
13. OECD Tourism Trends and Policies 2014 / OECD Publishing – 2014. –417 p.

Завідуючий кафедрою
туристичного бізнесу
та країнознавства Анатолій ПАРФІНЕНКО