

Програма комплексного атестаційного екзамену за спеціальністю 242 — «Туризм» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (денна та заочна форми навчання)

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

Атестація осіб, які здобувають перший (бакалаврський) рівень вищої освіти з туризму, здійснюється екзаменаційною комісією після повного виконання навчального плану за спеціальністю «Туризм».

Атестаційний екзамен – це завершальна стадія оцінки рівня підготовки фахівців-бакалаврів – комплексна перевірка знань студентів з фахових дисциплін, передбачених навчальним планом спеціальності. Проводиться для студентів 4 курсу денної та заочної форм навчання у 8 семестрі.

Основним науково-методичним документом, що регламентує зміст атестаційного екзамену, є програма. Вона спрямована на забезпечення комплексного підходу до оцінки теоретичної, методичної та практичної підготовки студентів, до виявлення ступеня їх підготовки до майбутньої самостійної діяльності.

Мета програми – визначити обсяг і необхідний рівень теоретичних знань, практичних навиків та вмінь з профільюючих дисциплін отриманих студентами в галузі туризм.

Для успішного складання комплексного атестаційного екзамену за фахом *студент повинен знати:*

- основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів;
- базові поняття з теорії туризму, організації туристичного процесу та туристичної діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг, а також світоглядних та суміжних наук;
- основні форми і види туризму, їх поділ;
- особливості організації рекреаційно-туристичного простору;
- принципи і методи організації та технології обслуговування туристів;
- принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта; туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна).

Студент повинен вміти:

- аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал території;
- розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт;
- організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки;
- виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання;
- здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал;
- комплексно розв'язувати складні професійні задачі та практичні проблеми у сфері туризму і рекреації.

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 № 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, внесеними рішеннями Вченої ради Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна від 27.03.2017 р., протокол № 5, введеним у дію наказом ректора № 0201-1/146 від 18.04.2017 р.

ПРОГРАМА КОМПЛЕКСНОГО АТЕСТАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ ЗА ФАХОМ «ТУРИЗМ»

Дисципліна 1: МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ

Міжнародний туризм, його сутність та форми. Становлення системи міжнародної туристичної термінології. Перше міжнародне визначення поняття «турист». Сучасна схема класифікації міжнародних подорожуючих. Ознаки, що дозволяють об'єднати туристів та екскурсантів до категорії міжнародних відвідувачів.

Показники оцінки прямого та непрямого впливу міжнародного туризму на економіку окремих країн. Функції міжнародного туризму: доходна, зовнішньоекономічна, вирівнююча, створення нових робочих місць. Види туристичного мультиплікатора. Основні типи соціокультурних контактів іноземних туристів та місцевого населення. Непрямі соціальні ефекти від розвитку міжнародного туризму. Значення міжнародного туризму для збереження історико-культурних пам'яток, місцевих звичаїв і традицій. Прояви негативного впливу міжнародного туризму на суспільство: екологічні, соціокультурні, психологічні, економічні. Закордонний досвід регулювання екологічного впливу туризму на навколишнє середовище.

Передісторія туризму. Основні мотиви подорожей у Стародавньому світі та Середньовічній Європі. Елітарний туризм Нового часу. Технологічні та економічні передумови зародження масового туризму. Перші організовані туристичні подорожі. Вплив ідеологічних чинників на розвиток міжнародного туризму у період між двома світовими війнами. Трансформація масового конвеєрного туризму у масовий диференційований. Політичні, економічні, демографічні, соціокультурні та науково-технічні фактори формування попиту і пропозиції на міжнародному ринку туристичних послуг. Форми організації державного регулювання туристичної сфери у країнах світу. Переваги і недоліки їх використання за різних суспільно-політичних та економічних умов. Ключові урядові функції в галузі управління та контролю за розвитком туризму.

Найважливіші віхи діяльності ООН в організації системи міжнародного туристичного співробітництва. Спеціалізовані установи ООН, що займаються питаннями розвитку міжнародного туризму.

Історія створення Всесвітньої туристичної організації. Структура управління ЮНВТО: генеральна асамблея, виконавча рада, секретаріат. Функції регіональних комісій ЮНВТО. Основні напрями діяльності ЮНВТО та механізм забезпечення фінансування її бюджетних витрат.

Класифікація міжнародних туристичних організацій, їх типи і види: урядові та неурядові, глобальні і регіональні, універсальні та спеціалізовані. Характеристика діяльності найбільших всесвітніх та європейських туристичних організацій. Світові (міжнародні) туристські організації загального характеру: Всесвітня рада з подорожей і туризму; Міжнародна асоціація світового туризму; Міжнародний туристський союз; Міжнародний туристський альянс; Всесвітня асоціація з питань дозвілля і відпочинку та ін.

Регіональні туристські організації, їх цілі та завдання. Регіональні туристські організації загального характеру: Європейська комісія з туризму; Європейська туристська група; Бюро організацій – членів ЛІТ у Європейському союзі; Асоціація з розвитку і

координації європейських туристських обмінів; Туристська асоціація країн Азії і Тихого океану; Туристська асоціація країн Східної Азії; Асоціація туристської індустрії Америки; Конфедерація туристських організацій Латинської Америки; Карибська туристська організація; Арабський туристський союз; Панафриканська туристська організація; Африканська асоціація подорожей.

Регіональні туристські організації галузевого характеру: Міжамериканська готельна асоціація; Арабський готельний союз; Комітет готельної і ресторанної індустрії Європейської спілки; Асоціація азійських авіакомпаній; Асоціація європейських авіакомпаній та ін. Спеціалізовані та особливі туристські організації.

Норми міжнародного туристичного права. Загальна резолюція Римської конференції ООН з міжнародного туризму та подорожей 1963 року. Заключний акт Наради з безпеки та співробітництва у Європі 1975 року. Манільська декларація ВТО зі світового туризму 1980 року. Документ Акапулько Всесвітньої наради з туризму 1982 року. Кодекс туриста та Хартія туризму. Гаазька декларація по туризму 1989 року. Декларація світового туристичного форуму Всесвітньої конференції міністрів по туризму 1994 року.

Історія появи та розвитку статистичного обліку у міжнародному туризмі. Цілі і завдання туристичної статистики. Міжнародні симпозиуми зі статистики туризму.

Основні розділи статистики міжнародного туризму. Показники, що характеризують туристичні потоки. Шкала тривалості перебування туристів. Методичні підходи до впорядкування складу туристичних витрат. Фактори впливу на величину і структуру витрат туристів під час подорожі. Країни активного та пасивного туризму. Поняття туристичного балансу. Соціально-економічні передумови формування позитивного туристичного балансу країни. Загальна характеристика країн з негативним туристичним балансом. Рекомендації Міжнародного валютного фонду щодо структури активу та пасиву платіжного балансу країни за розділом «Туризм».

Методи статистичних спостережень через звітність: облік на кордоні та реєстрація прибуттів у засобах розміщення. Транспортна статистика. Банківський метод розрахунку вартісних показників розвитку міжнародного туризму.

Організація спеціальних статистичних спостережень у туризмі. Визначення мети, об'єкта, одиниці, програми, методу, суб'єктів, строків та місця проведення спеціального статистичного спостереження. Показники динаміки кількості туристичних прибуттів та доходів від міжнародного туризму. Середньорічні темпи зростання світових туристичних потоків. Країни-лідери за відвідуваністю, надходженнями від туризму і витратами на туризм у світі та Європі. Кількісні оцінки перспектив розвитку міжнародного туризму.

Економічне та географічне визначення поняття міжнародного туристичного ринку. Глобальний, регіональний та локальний рівні формування міжнародного ринку туристичних послуг.

Класифікація міжнародних туристичних ринків за цілями подорожей. Туризм з метою відпочинку і розваг. Структура міжнародного ринку ділового туризму: бізнес-туризм, конгресно-виставковий туризм, інсентив-туризм. Характеристика релігійного туризму: паломництво, екскурсійний туризм релігійної тематики, науковий туризм з релігієзнавчими цілями. Лікувально-оздоровчий туризм. Типи курортів.

Суб'єкти міжнародного туристичного ринку: виконавці туристичних послуг (готелі, ресторани, транспортні компанії, екскурсійні бюро) – посередники (туроператори, турагенти) – споживачі (туристи). Проблеми сегментування міжнародного ринку туристичних послуг. Критерії виділення ринкового сегменту: міжгрупова гетерогенність, гомогенність, вимірність, ємність, доступність для фірми. Здійснення сегментування міжнародного туристичного ринку за географічними, демографічними та соціально-економічними ознаками. Вікові групи подорожуючих (класифікація ЮНВТО).

Психологічне сегментування. Загальні та специфічні мотиви туристичних поїздок. Фактори формування туристичного попиту у відправляючій та приймаючій країнах. Кількісні та вартісні показники вимірювання обсягів туристичного попиту. Інтенсивність

та частотність туризму. Властивості туристичного попиту: динамізм, комплексність, еластичність, сезонність. Сучасні тенденції у туристичному попиті, та його соціально-економічні модифікації. Психологічні особливості нового типу масового споживача туристичних послуг.

Регіони (макрорегіони) за UNWTO. Туристичне районування світу. Склад країн Європейського, Американського, Азійсько-Тихоокеанського, Африканського, Близькосхідного туристичних регіонів. Аналіз динаміки міжрегіональних туристичних потоків. Основні рецептивні та генеруючі країни для туристичних макрорегіонів.

Етапи розвитку міжнародного туризму в Україні. Кон'юнктурна оцінка сучасного стану вітчизняного ринку міжнародного туризму. Стримуючі фактори розвитку іноземного туризму в Україні. Рекламування національного туристичного продукту на зарубіжних ринках. Статистичні показники розвитку ринку міжнародного туризму в Україні, Характеристика та аналіз структури вітчизняної матеріально-технічної бази іноземного туризму. Вихід на міжнародний туристичний ринок приватних підприємств і організацій сфери туризму України. Співробітництво України з іноземними країнами в галузі міжнародного туризму. Система міждержавних угод і домовленостей. Вступ України до Всесвітньої туристичної організації. Пріоритетні заходи державної політики щодо стимулювання іноземного туристичного потоку в Україну. Напрями подальшого розвитку вітчизняного ринку міжнародного туризму.

Транснаціональні компанії на ринку міжнародного туризму. Сутність ТНК та форми її існування. Функції ТНК. Теорії, що пояснюють феномен ТНК. Еклектична теорія міжнародного виробництва англійського економіста Дж. Даннинга. Еклектична, так як складається з трьох елементів: олігопольних переваг фірми, переваг локалізації (використання місцевих ресурсів і умов) і переваг інтерналізації. Особливі причини інтернаціоналізації туристичного бізнесу.

ТНК в готельному господарстві. Інтегровані готельні ланцюги. Інтегровані готельні ланцюги, що складаються з підприємств - повноправних корпоративних членів. Франчайзинг. Найбільш відомі готельні ланцюги світу. Найбільші компанії з управління готелями. Стратегії готельних ТНК. Порівняльна характеристика стратегій готельних ТНК. Американська модель організації і управління готельним бізнесом. Європейський підхід до організації та ведення готельного справи. Азіатська модель управління готельним бізнесом. Готельні консорціуми. Найбільші готельні консорціуми в світі.

Вплив туристичних ТНК на національну економіку. Вплив ТНК на економіку приймаючих країн. Трансферт технологій в ресторанному господарстві, в готельному, туроператорському та інших секторах туристської індустрії. Вплив ТНК на економіку країн базування.

Процеси глобалізації в міжнародному туризмі. Стратегічні альянси. Процеси глобалізації в повітряному транспорті. Провідні світові альянси авіакомпаній.

Структура індустрії міжнародного туризму. Специфіка турагентської та туроператорської діяльності на міжнародному ринку туристичних послуг. Основні напрями діяльності туристичних операторів. Типи договорів між туроператорами та готельними підприємствами. Джерела формування доходів туристичних агентств. Географія турагентської мережі світу. Форми співробітництва туроператорів і турагентів. Класифікація засобів розміщення у міжнародному туризмі. Готелі та підприємства готельного типу. Національні системи класифікації засобів розміщення. Сучасний стан готельної бази світу. Види транспортних перевезень у міжнародному туризмі. Авіаційні, залізничні, автобусні, морські та річкові міжнародні туристичні маршрути. Розвиток круїзного туризму.

Поняття та напрями сталого розвитку суспільства. Міжнародний туризм як чинник регіонального розвитку. Міжнародний туризм та розвиток галузевої структури світової економіки. Міжнародний туризм як чинник боротьби із бідністю. Проблеми раціонального природокористування та збереження пам'яток історико-культурної спадщини.

Міжнародний туризм та проблеми охорони здоров'я. Соціальна відповідальність у туризмі. Структура індустрії міжнародного туризму

Сутність стратегічного планування. Класифікація стратегій. Концептуальні підходи до формування стратегії розвитку туристичної галузі. Особливості стратегічного планування та його місце в системі управління розвитком міжнародного туризму.

Дисципліна 2: МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМІ

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 теоретичну основу 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.

Сучасний туризм та туристична індустрія та їх роль в світовій економіці та економіці 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. Інтернет маркетинг в туризмі.

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

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 щ| 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 інтернет.

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.

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.

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.

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.

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, інтернет- технології та системи резервування на основі комп'ютерних мереж. Вертикальні маркетингові системи в збутовій політиці туристичних підприємств. Туристичні мережі та їх маркетингова збутова політика.

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, публіситі 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.

Дисципліна 3: ТУРИСТИЧНЕ КРАЇНОЗНАВСТВО

Формування перших країнознавчих уявлень та знань. Основні періоди та наукові школи розвитку країнознавства. Бернард Варен, Фрідріх Ратцель, Відаль де ла Бланш. Антропогеографічний напрямок у країнознавчих дослідженнях. Традиції вітчизняного країнознавства. С. Рудницький. М.М. Баранський. Країнознавство за радянських часів. Сучасні школи країнознавчих досліджень. Країнознавство як наукова дисципліна.

Особливості туристичного країнознавства: предмет, об'єкт, функції, завдання дисципліни, її взаємодія з іншими науками та місце серед дисциплін туристичного профілю. Принципи, методи та закономірності країнознавства.

Політична карта світу. Міжнародний статус країн. Форми державного правління. Монархія. Республіка. Адміністративно-територіальна організація країн. Унітарна держава. Федерація. Конфедерація. Політичні режими країн. Демократія. Авторитарний режим. Тоталітарний режим. Антропологічні особливості людських рас. Етнічна структура населення. Мовна структура населення. Мова як віддзеркалення культури країни. Актуальність релігії в туристичному країнознавстві. Географія релігійного туризму. Сутність світових релігій. Центри паломництва у християнстві, ісламі та буддизмі.

Поняття «географічне положення» країни. Особливості географічного положення у туристичному країнознавстві. Властивості географічного положення. Характеристика фізико-географічного, економіко-географічного, соціально-географічного, політико-географічного, еколого-географічного положення.

Використання понять «територія» та «простір» в туристському країнознавстві. Властивості території. Територія держави. Параметри території: розмір, конфігурація та державні кордони. Територіальна приналежність людини, правовий статус міжнародного туриста. Простір як умова для туристичної діяльності. Характеристика заповідної, рекреаційної, традиційно-етнографічної, сільськогосподарської, промислової та урбанізованої функціональних територіальних зон.

Уявлення про адміністративно територіальний устрій країн, принципи виокремлення адміністративно-територіальних одиниць, типи адміністративно-державного управління. Центрування простору та столичне місто. Класифікація столиць країн світу за своїм походженням.

Культурно-образний підхід – основа формування туристичного образу території. Особливості застосування культурно-образного підходу: «квантова» організація тексту,

обмеження кількості провідних тем, символи тем, нарощування теми, географічне представлення образу. Образна природа туризму та роль туристичного іміджу країни в умовах глобалізації. Сутність національного бренду країни.

Туристичний імідж країни як продукт інформаційного середовища. Соціально-психологічний механізм впливу феномену іміджу. Властивості та функції туристичного іміджу. Маркетинг іміджу. Методологічні принципи іміджування країни. Символічний капітал культури в структурі туристичного іміджу. Алгоритм створення туристичного іміджу країни: політико-географічний образ, природно-ресурсний образ, цивілізаційно-культурний образ, соціоментальний образ, виробничо-економічний образ, національно-ціннісний образ. Механізми реалізації туристично-іміджевої політики держави.

Дисципліна 4: ОРГАНІЗАЦІЯ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Зародження екскурсійної діяльності в античному світі. Розвиток екскурсійної справи у середньовіччі. Значення артефактів. Епоха Відродження та екскурсійна діяльність. Перші екскурсії в Україні. Період становлення екскурсій сер. – кін. XIX ст. Перша екскурсія в Одесі. Ялтинське товариство екскурсій. Кримський гірський клуб та його екскурсії. Організація екскурсій Іваном Франком. Організація екскурсій туристично-краєзнавчими та спортивними товариствами Чорногора, «Пласт», «Сокіл», «Січ». «Золоте десятиріччя» розвитку екскурсознавства і краєзнавства. Екскурсійна справа в умовах тоталітарної держави. Екскурсійна діяльність в незалежній Україні.

Екскурсія як туристична послуга. Місце екскурсорода в екскурсії. Відмінність гіда від екскурсорода. Визначення терміну «гідизм». Мета і завдання екскурсії, її цілісність. Взаємозв'язок мети, теми і назви екскурсії. Принципи проведення екскурсії та її адресність. Сім основоположних ознак екскурсії. Оцінка екскурсії. Вплив екскурсорода на екскурсантів. Сутність екскурсійного методу пізнання навколишнього світу. 10 заповідей екскурсійної справи.

Параметри класифікації екскурсій. Оглядові екскурсії та їхні особливості. Види тематичних екскурсій. Особливості виробничих екскурсій. Літературні екскурсії та їхні види. Класифікація за способом пересування, складом і чисельністю групи. Екскурсії екстремальні та за покинутими місцинами. Екскурсії казкові та за місцями зйомок фільмів. Екскурсії злочинними та містичними місцями. Екскурсії за місцем проведення: міські, заміські, музейні. За способом пересування: пішохідні, та з використанням різних видів транспорту. За формою проведення: екскурсія-масовка, екскурсія-прогулянка, екскурсія-концерт, екскурсія-спектакль, екскурсія для спеціальної аудиторії, навчальна екскурсія, пробна екскурсія.

Напрями підготовки екскурсії.

Антропологія простору і відчуття місця. Поняття «ментальна мапа». Духовне наповнення культурного простору. Історичні періоди в містобудуванні. Особливості античної архітектури. Архітектурні новації Візантійської імперії. Романський і готичний стилі в середньовіччі. Ренесанс і його особливості. Класицизм і ампір в архітектурі України. Явище еkleктизму в історії архітектури. Модерн та його різновидності. Конструктивізм і модернізм в архітектурі. Постмодерністські архітектурні напрями.

Організація хронометражу під час екскурсії, поняття «втрачений час». Поняття «шляхова інформація». Ракурс огляду пам'яток. Розташування групи біля об'єкту показу. Наочне використання «портфелю екскурсорода». Конструктивні переходи в екскурсії. Відстань між групами в 6 екскурсії. Необхідність «перерв» в екскурсії. Порядок складання технологічної карти екскурсії.

Поняття «екскурсійна аудиторія». Особливості екскурсійного погляду на дійсність. Принцип локалізації об'єктів показу. Ознайомлення екскурсантів з об'єктами показу:

схема послідовності дій. Показ меморіальної дошки. Технологічні інструменти в екскурсії. Співвіднесення розповіді і показу в екскурсії. Технологічні основи проведення екскурсії. Моторність і локальність в екскурсії. Подолання перепон в екскурсії. Акціональність в екскурсії. Питання під час екскурсії.

Приєм попереднього огляду. Приєм панорамного показу. Приєм пояснення. Приєм коментування. Приєм зорової реконструкції. Приєм зорового монтажу. Приєм локалізації подій. Приєм абстрагування. Приєм зорового порівняння. Приєм переключення уяви. Рух екскурсантів як прийом. Приєм завдань. Приєм цитування. Приєм посилення на очевидців. Жести екскурсовода: вказівні, просторові, ілюстративні, конструктивні.

Законодавство України щодо організації екскурсійної діяльності. Принципи децентралізації екскурсійної діяльності в Україні. Ліцензування екскурсоводів за кордоном. Нагрудний знак «бейдж» екскурсовода. Дозвіл на здійснення туристичного супроводу. Юридичні вимоги до професії «екскурсовод». Права і обов'язки екскурсовода. Повноваження екскурсовода.

Диференційований підхід до організації, змісту й методики підготовки та проведення екскурсій залежно від груп екскурсантів. Формування різних груп екскурсантів. Особливості підготовки та проведення екскурсій для різних груп. Анімовані екскурсії.

Вимоги до професійних навичок екскурсовода. Особисті якості і таланти. Ризики та обмеження в роботі екскурсовода. Анімаційна складова в професії екскурсовода. Інформаційний голод у екскурсовода. Вивчення новаторського досвіду. Професійні організації екскурсоводів. Попит на екскурсійне обслуговування. Екскурсовод як приватний підприємець. Робота екскурсійних бюро. Діяльність Всеукраїнської асоціації гідів. Шляхи підвищення професійної майстерності екскурсовода.

Основні критерії оцінки екскурсії. Обов'язки менеджера, що організовує екскурсію. Картка прослуховування екскурсії. Методичні розробки екскурсій. Діяльність туристичних фірм і екскурсійних бюро з розробки і впровадження екскурсій.

Етапи просування екскурсій. Особисті сайти екскурсоводів. Рекламні буклети і афіші в рекламі екскурсійного продукту. Просування екскурсій через Інформаційно-туристичні центри. Сайти які просувають послуги екскурсоводів. Розробка аудіоекскурсії як просування екскурсоводом своїх послуг. Робота з рекламою в екскурсійних бюро.

Дисципліна 5: БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Бухгалтерський баланс, його зміст і побудова. Зміст статей балансу за П(С)БО 2 «Баланс». Терміни, що використовуються в П(С)БО2 «Баланс». Характеристика статей балансу. Вплив господарських операцій на зміни у балансі. Типи змін. Значення бухгалтерського балансу. Рахунки бухгалтерського обліку, їх зміст, побудова. Класифікація рахунків та їх характеристика. Порядок записів на активних і пасивних рахунках. План рахунків, його структура та зв'язок з балансом. Подвійний запис, його сутність і значення. Кореспонденція рахунків.

Характеристика синтетичних і аналітичних рахунків бухгалтерського обліку та взаємозв'язок між ними.

Узагальнення даних поточного бухгалтерського обліку. Оборотні відомості за рахунками синтетичного й аналітичного обліку.

Визначення, визнання і оцінка основних засобів за П(С)БО 7 «Основні засоби». Документування господарських операцій з руху основних засобів і їх облік. Поняття та методи нарахування зносу (амортизації) основних засобів за П(С)БО 7 «Основні засоби». Інвентаризація основних засобів.

Визначення, визнання і оцінка нематеріальних активів за П(С)БО 8 «Нематеріальні активи» і їх значення в підвищенні ефективності діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства. Документування господарських операцій з руху нематеріальних активів. Облік нематеріальних активів.

Класифікація фінансових інвестицій та їх значення в розвитку готельно-ресторанної діяльності.

Порядок ведення касових операцій та їх документальне оформлення. Порядок ведення касової книги, перевірка та прийняття касового звіту в бухгалтерії. Облік касових операцій. Інвентаризація каси. Поняття і облік грошових коштів у дорозі та контроль за їх надходженням.

Порядок відкриття рахунків в банках. Документальне оформлення операцій на поточному рахунку в банку. Виписки банку. Облік операцій на рахунках у банках.

Характеристика основних форм безготівкових розрахунків. Визначення та визнання дебіторської заборгованості за П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість». Облік розрахунків з покупцями та замовниками й іншими дебіторами. Облік резервів сумнівних боргів.

Порядок видачі коштів у підзвіт Відшкодування витрат на відрядження. Складання звіту про використання підзвітних сум й облік розрахунків з підзвітними особами. Розрахунки з відшкодування матеріальних збитків. Види капіталу та їх характеристика. Формування власного капіталу підприємств, які надають готельні послуги. Облік статутного капіталу. Облік пайового та інших видів капіталу. Облік забезпечення зобов'язань. Цільове фінансування та цільові надходження.

Дисципліна 6: ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ УКРАЇНИ

Спелеологічні туристичні ресурси. Орографічні туристичні ресурси. Кліматичні туристичні ресурси. Гідрографічні (водні) туристичні ресурси. Бальнеологічні туристичні ресурси. Рослинні туристичні ресурси. Фауністичні туристичні ресурси.

Природоохоронний фонд України. Найзначніші об'єкти природно-заповідного фонду України. Біосферні заповідники. Природні заповідники. Національні природні парки. Ботанічні сади. Дендрологічні парки. Зоопарки. Парки пам'ятки садово-паркового мистецтва.

Археологічні ресурси. Древньогрецькі пам'ятки архітектури. Печерні міста та скальні монастирі. Пам'ятки часів Київської русі. Культурні пам'ятки дерев'яного та кам'яного зодчества. Фортифікаційні споруди Пам'ятки садово-паркового мистецтва. Пам'ятки цивільної архітектури. Архітектурні комплекси міст. Музеї. Архітектурно-історичні та культурно-історичні заповідники. Пам'ятки, які занесені до списку європейської та світової спадщини. Біосоціальні туристичні ресурси України. Визначення поняття біосоціальних туристичних ресурсів. Структура біосоціальних туристичних ресурсів. Регіональний розподіл біосоціальних туристичних ресурсів. Найзначніші біосоціальні туристичні ресурси України. Подієві туристичні ресурси України. Визначення поняття подієвих туристичних ресурсів. Структура подієвих туристичних ресурсів. Регіональний розподіл подієвих туристичних ресурсів. Найзначніші подієві туристичні ресурси України.

Поняття гомогенних РТР. Гомогенні РТР в Україні. Території розселення національних меншин. Поняття і структура парарекреаційних РТР. Парарекреаційні РТР в Україні. Сутність поняття суперточка-тур. Об'єкти рангу суперточка-тур в Україні.

Дисципліна 7: ЕКОНОМІКА ТА ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В ТУРИЗМІ

Поняття підприємства, цілі і завдання його створення. Підприємство як господарча система і форма реалізації підприємництва.

Методи вимірювання та показники обсягу діяльності підприємства, їх специфіка за галузями господарювання. Виробнича програма туристичного підприємства. Експлуатаційна програма готелю. Планування товарообігу закладу ресторанного господарства.

Фактори, що визначають обсяги виробництва продукції та послуг. Показники планування виробничої програми.

Виробнича потужність підприємства. Планування виробничої потужності. Поняття і значення техніко-технологічної бази виробництва. Складники техніко-технологічної бази, найефективніші способи її формування на підприємстві. Особливості формування виробничої бази на підприємствах різних галузей.

Основні та обігові кошти підприємства. Їх визначення та класифікація. Знос та його види. Амортизація, та методи її нарахування.

Поняття персоналу в контексті економічних понять трудових ресурсів, кадрів, трудового потенціалу та ін. Категорії персоналу підприємства (керівники, спеціалісти, службовці, робітники). Поділ персоналу за професіями і кваліфікацією.

Визначення чисельності окремих категорій працівників.

Кадрова політика й система управління персоналом підприємств. Сучасні вимоги держави й фірми до ділових якостей різних категорій персоналу.

Продуктивність праці як економічна категорія. Методичні підходи до розрахунку продуктивності праці на виробничих підприємствах. Чинники зростання продуктивності праці. Наявні резерви зростання продуктивності праці та заходи для їх використання в сучасних умовах господарювання. Розрахунки можливого зростання продуктивності праці за рахунок окремих і певної сукупності чинників.

Мотивація як процес стимулювання людей до ефективної трудової діяльності. Методи мотивації трудової діяльності. Поняття оплати праці. Основна заробітна плата й додаткова оплата праці. Функції оплати праці та їх реалізація. Мінімальна заробітна плата. Тарифна система. Єдина тарифна система розрядів і коефіцієнтів з оплати праці.

Поточні витрати, собівартість продукції як комплексний економічний показник. Включення поточних витрат виробництва до собівартості продукції (послуг). Класифікація витрат на виробництво за окремими ознаками (ступенем однорідності, зв'язком з обсягом виробництва, способом обчислення на одиницю продукції). Структура поточних витрат за окремими групами первинних елементів на підприємствах різних галузей і тенденція її зміни з часом.

Зміст і методика обчислення кошторису виробництва. Розрахунки кошторису виробництва за окремими економічними елементами. Калькулювання та його місце в економічних розрахунках. Об'єкти калькулювання й калькуляційні одиниці. Обґрунтування й вибір стратегії зниження поточних витрат на підприємствах України.

Поняття, роль і функції ціни в ринковій економіці. Види цін та сфери їх застосування. Методи встановлення ціни: собівартість плюс прибуток; забезпечення фіксованої величини прибутку; за рівнем поточних цін (конкуренції); за рівнем попиту тощо. Шляхи вдосконалення ціноутворення на продукцію (послуги) в Україні.

Прибуток і дохід як основні показники фінансових результатів діяльності підприємства. Джерела формування загальної величини прибутку (доходу) підприємства. Типова схема використання прибутку (доходу) підприємства. Точка беззбитковості.

Рентабельність як відносний показник ефективності діяльності підприємства.

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ЕКЗАМЕНАЦІЙНОГО ЗАВДАННЯ

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 одержує загальну нульову оцінку

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ

Сума балів за всі види	Оцінка
	для чотирирівневої шкали оцінювання
90 – 100	відмінно
70 – 89	добре
50 – 69	задовільно
1– 49	незадовільно

ПИТАННЯ ДО ЕКЗАМЕНУ:

1. Міжнародний туризм як галузь світової економіки.
2. Становлення сучасних форм розвитку міжнародного туризму у країнах світу.
3. Роль міжнародних туристичних організацій у формуванні світової туристичної політики.
4. Міжнародне туристичне право.
5. Статистика міжнародного туризму.
6. Сутність та класифікаційні ознаки міжнародного туристичного ринку.
7. Регіональна структура міжнародного туризму.
8. Місце України на ринку міжнародного туризму.
9. Процеси транснаціоналізації та глобалізації в міжнародному туризмі.
10. Міжнародний туризм як індустрія.
11. Міжнародний туризм як галузь сталого розвитку.
12. Розробка стратегії розвитку міжнародного туризму .
13. Сутність, зміст, основні поняття маркетингу в туризмі.
14. Сутність і завдання маркетингових досліджень.

15. Система маркетингової інформації туристичного підприємства.
16. Сутність та структура туристичного ринку.
17. Характеристика туристичного продукту.
18. Конкурентне середовище туристичного підприємства. Аналіз конкурентів.
19. Маркетингова продуктова політика туристичного підприємства.
20. Маркетингова цінова політика туристичного підприємства.
21. Мотиви поведінки споживачів туристичних послуг. Дослідження процесу прийняття рішення щодо купівлі туристичних послуг.
22. Основні концепції системи управління ринковою діяльністю.
23. Схема взаємодії фірми-комунікатора з основними адресатами маркетингових комунікацій.
24. Маркетингова політика збуту туристичного продукту.
25. Політика маркетингових комунікацій туристичних підприємств і організації.
26. Формування перших країнознавчих уявлень та знань.
27. Основні періоди та наукові школи розвитку країнознавства.
28. Країнознавство за радянських часів. Сучасні школи країнознавчих досліджень. Країнознавство як наукова дисципліна.
29. Особливості туристичного країнознавства: предмет, об'єкт, функції, завдання дисципліни, її взаємодія з іншими науками та місце серед дисциплін туристичного профілю.
30. Політична карта світу. Міжнародний статус країн.
31. Форми державного правління.
32. Антропологічні особливості людських рас.
33. Актуальність релігії в туристичному країнознавстві. Географія релігійного туризму.
34. Поняття «географічне положення» країни. Особливості географічного положення у туристичному країнознавстві.
35. Використання понять «територія» та «простір» в туристському країнознавстві. Властивості території.
36. Культурно-образний підхід – основа формування туристичного образу території.
37. Туристичний імідж країни як продукт інформаційного середовища. Соціально-психологічний механізм впливу феномену іміджу.
38. Зародження та розвиток екскурсійної діяльності.
39. Екскурсія як туристична послуга.
40. Параметри класифікації екскурсій.
41. Напрями підготовки екскурсії. Значення етапів підготовки екскурсії.
42. Прийом попереднього огляду.
43. Законодавство України щодо організації екскурсійної діяльності.
44. Диференційований підхід до організації, змісту й методики підготовки та проведення екскурсій залежно від груп екскурсантів.

45. Формування різних груп екскурсантів. Особливості підготовки та проведення екскурсій для різних груп.
46. Вимоги до професійних навичок екскурсовода.
47. Основні критерії оцінки екскурсії.
48. Етапи просування екскурсій.
49. Бухгалтерський баланс, його зміст і побудова.
50. Вплив господарських операцій на зміни у балансі. Типи змін.
51. Значення бухгалтерського балансу.
52. Рахунки бухгалтерського обліку, їх зміст, побудова.
53. Класифікація рахунків та їх характеристика.
54. Порядок записів на активних і пасивних рахунках.
55. План рахунків, його структура та зв'язок з балансом.
56. Подвійний запис, його сутність і значення. Кореспонденція рахунків.
57. Характеристика синтетичних і аналітичних рахунків бухгалтерського обліку та взаємозв'язок між ними.
58. Узагальнення даних поточного бухгалтерського обліку.
59. Визначення, визнання і оцінка основних засобів за П(С)БО 7 «Основні засоби».
60. Поняття та методи нарахування зносу (амортизації) основних засобів за П(С)БО 7 «Основні засоби».
61. Інвентаризація основних засобів.
62. Визначення і оцінка нематеріальних активів за П(С)БО 8 «Нематеріальні активи» і їх значення в підвищенні ефективності діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства.
63. Документування господарських операцій з руху нематеріальних активів.
64. Облік нематеріальних активів.
65. Класифікація фінансових інвестицій та їх значення в розвитку готельно - ресторанної діяльності.
66. Порядок ведення касових операцій та їх документальне оформлення.
67. Порядок відкриття рахунків в банках.
68. Характеристика основних форм безготівкових розрахунків.
69. Облік розрахунків з покупцями та замовниками й іншими дебіторами.
70. Облік резервів сумнівних боргів. Розрахунки з відшкодування матеріальних збитків.
71. Види капіталу та їх характеристика. Формування власного капіталу підприємств, які надають готельні послуги.
72. Облік статутного капіталу.
73. Облік пайового та інших видів капіталу.
74. Облік забезпечення зобов'язань.
75. Цільове фінансування та цільові надходження.
76. Спелеологічні туристичні ресурси.
77. Орографічні туристичні ресурси.
78. Кліматичні туристичні ресурси.

79. Гідрографічні (водні) туристичні ресурси.
80. Бальнеологічні туристичні ресурси.
81. Рослинні туристичні ресурси.
82. Фауністичні туристичні ресурси.
83. Природоохоронний фонд України.
84. Біосферні заповідники.
85. Природні заповідники.
86. Національні природні парки. Ботанічні сади. Дендрологічні парки. Зоопарки.
87. Парки пам'ятки садово-паркового мистецтва.
88. Археологічні ресурси України.
89. Древньогрецькі пам'ятки архітектури України.
90. Печерні міста та скальні монастирі України.
91. Пам'ятки часів Київської русі.
92. Культові пам'ятки дерев'яного та кам'яного зодчества.
93. Фортифікаційні споруди.
94. Пам'ятки садово-паркового мистецтва.
95. Пам'ятки цивільної архітектури.
96. Архітектурні комплекси міст. Музеї.
97. Архітектурно-історичні та культурно-історичні заповідники.
98. Пам'ятки, які занесені до списку європейської та світової спадщини.
99. Біосоціальні туристичні ресурси України.
100. Події туристичні ресурси України.
101. Гомогенні РТР в Україні.
102. Підприємство, цілі та напрямки його діяльності.
103. Поняття «підприємство». Класифікація підприємств.
104. Поняття виробничої програми та правила її розробки.
105. Система показників, що вимірюють виробничу програму.
106. Фактори, що визначають виробничу програму.
107. Виробнича програма туристичного підприємства, її складові.
108. Експлуатаційна програма готелю, її складові.
109. Товарообіг закладу ресторанного господарства.
110. Поняття виробничої потужності та її види.
111. Основи методичні підходи до розрахунку виробничої потужності.
112. Структура основних фондів та її види.
113. Первісна, відновна й залишкова вартість основних фондів.
114. Знос основних фондів та його види.
115. Амортизація основних фондів, методи її нарахування.
116. Основні показники рівня ефективності використання обігових коштів.
117. Кадри підприємства. Категорії персоналу підприємства.
118. Продуктивність праці як економічна категорія. Методичні підходи до розрахунку продуктивності праці.
119. Чинники зростання продуктивності праці.
120. Мотивація та стимулювання праці.

121. Поняття оплати праці.
122. Основна заробітна плата й додаткова оплата праці.
123. Форми і системи оплати праці на підприємствах.
124. Функції оплати праці та їх реалізація.
125. Витрати підприємства та їх класифікація.
126. Кошторис підприємства. Зміст і методика обчислення кошторису виробництва.
127. Собівартість підприємства та продукції.
128. Показники собівартості продукції та порядок їх обчислення.
129. Калькулювання та його місце в економічних розрахунках. Об'єкти калькулювання й калькуляційні одиниці.
130. Фактори, що впливають на формування поточних витрат підприємства.
131. Аналіз витрат та пошук резервів зниження витрат.
132. Прибуток і дохід як основні показники фінансових результатів діяльності підприємства.
133. Рентабельність як відносний показник ефективності діяльності підприємства.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА:

1. Конституція України, прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 р. Відомості Верховної Ради України. [online] Доступно: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>
2. Бюджетний кодекс України: Закон України від 08.07.2010 р. № 2456-VI. Відомості Верховної Ради України. [online] Доступно: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>
3. Податковий кодекс України. Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI. [online] Доступно: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
4. Господарський кодекс України: Закон України № 436-IV від 16.01.2003 р. Відомості Верховної Ради України. [online] Доступно: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
5. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95-ВР. Відомості Верховної Ради України. [online] Доступно: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>
6. Закон України «Про культуру» від 14.12.2010 № 2778-VI. Відомості Верховної Ради України. [online] Доступно: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17>
7. Закони України «Про Український культурний фонд» від 23.03.2017 № 1976-VIII. Відомості Верховної Ради України. [online] Доступно: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1976-19>
8. Закони України «Про охорону культурної спадщини» від 19.06.2018 № 2457-VIII. Відомості Верховної Ради України. [online] Доступно: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1805-14>
9. Закони України «Про охорону навколишнього природного середовища» від 25.06.1991 № 1264-XII. Відомості Верховної Ради України. [online] Доступно: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1264-12>
10. Закони України «Про підприємництво» від 07.02.1991 № 698-XII. Відомості Верховної Ради України. [online] Доступно: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12>
11. Закон України «Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України» від 21.01.1994 № 3857-XII. Відомості Верховної Ради України. [online] Доступно: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3857-12>

12. Закон України «Про страхування» від 07.03.1996 № 85/96-ВР. Відомості Верховної Ради України. [online] Доступно: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85/96-вр>
13. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» від 16.03.2017 № 168-р. Відомості Верховної Ради України. [online] Доступно: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80>
14. Алієва-Барановська В. М. Міжнародний туризм : навчальний посібник-довідник – К. : ЦУЛ, 2013. – 344 с.
15. Бабарицька В. Екскурсознавство і музеєзнавство: навчальний посібник – 2-ге, перероб. і доп. –Київ: Альтерпрес РА, 2012. – 444 с.
16. Балченко З. А. «Бухгалтерський, фінансовий облік на підприємствах сфери послуг (туристичні фірми та готельне господарство)»: Практикум. – К., 2004. – 175 с.
17. Балченко З. А. Бухгалтерський, фінансовий облік на підприємствах сфери послуг (торговельні підприємства, що входять в туристичні та готельні комплекси): практикум. –К. – 2002р. – с.156.
18. Бейдик О.О. Рекреаційні ресурси України: навчальний посібник. – К.: Альтерпрес, 2010. – 404 с.
19. Бугіль С.Я. Економіка туристичного підприємства: конспект лекцій. Львів : ЛНАУ, 2019. 106 с.
20. Божидарнік Т. В. Міжнародний туризм : навчальний посібник. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 661 с.
21. Бородкіна Н.О. Маркетинг: Навч. посібник. - К.: Кондор, 2015. - 360 с.
22. Бухгалтерський облік в Україні : навч. посібник. за ред. Р. Л. Хом'яка. –3тє вид., доп. і перероб. – Львів : Національний університет «Львівська політехніка» (Інформаційно-видавничий центр "ІНТЕЛЕКТ+" Інституту післядипломної освіти); Інтелект-Захід. 2014. – 912 с.
23. Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський облік в громадському харчуванні :навч. посіб. – Житомир: ПП Рута. 2002. – 439 с.
24. Великочий В.С., Дутчак О.І., Шикеринець В.В. Міжнародний туризм : Навчальний посібник. – Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника. – Івано-Франківськ: Видавець Кушнір Г.М., 2015. – 254 с.
25. Галасюк С. С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності: навчальний посібник. – Київ: Центр учбової літератури, 2013. – 178 с.
26. Гетьман О. О., Шаповал В. М. Економіка підприємства: Навч. посіб. — 2-ге видання. — К.: Центр учбової літератури, 2010. — 488 с.
27. Гринчуцький В. І., Карапетян Е. Т., Погріщук Б. В. Економіка підприємства: Навчальний посібник. - К.: Центр учбової літератури, 2010. - 304 с.
28. Державне регулювання економіки: Підручник. - К.: Знання, 2008. - 398 с. - (Вища освіта ХХІ століття).
29. Длігач А. О. Маркетингова цінова політика: світовий досвід, вітчизняна практика: Навчальний посібник. - К.: ВД «Професіонал», 2013. - 304 с.
30. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу К.: Центр учбової літератури, 2007. - 224 с.
31. Економіка підприємства: навчальний посібник / Л.О. Болтянська, Л.О. Андреева, О.І. Лисак. – Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. – 668 с.
32. Економіка туризму: теорія та практика: підруч. / Мальська М.П. Рутинський М.Й., Білоус С.В., Мандюк Н.Л. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 544 с.
33. Король О. Д. Організація екскурсійних послуг у туризмі: Навчально-методичний посібник. - Чернівці: Чернівецький національний університет, 2016. - 144 с.
34. Король С. Я. Бухгалтерський облік у готельному господарстві. – К., 2005. – 353 с.
35. Коротун І.М., Коротун С.І. Природні ресурси України. – Рівне, 2000. – 192 с.
36. Кузик С.П. Географія туризму : навч. посіб. – К. : Знання, 2011. – 271 с.

37. Леоненко В.Б., Стеценко М.П., Возний Ю.М. Атлас об'єктів природно-заповідного фонду України. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2003. – 72 с.
38. Лишиленко О. В. Бухгалтерський облік : підручник. –3-тє вид., перероб. і доп. – К. : Центр учбової літератури. 2013. – 670 с.
39. Любіцева О. О., Панкова Є. В., Стафійчук В. І. Туристичні ресурси України : навч. посіб. – К. : Альтерпрес, 2007. – 369 с.
40. Мальська М. П., Бордун О. Ю. . Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика. Навч. посіб. - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 248 с.
41. Мальська М. П. Планування туристичної діяльності: підручник. Міністерство Освіти і науки України. – Київ: Знання, 2010. – 310 с.
42. Поколюдна М. М. Організація екскурсійної діяльності : підручник. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. – 180 с.
43. Природно-заповідний фонд України загальнодержавного значення: Довід. - К., 1998. – 240 с.
44. Рекреаційно-туристичні ресурси України з основами туристичного ресурсознавства: навчальний посібник / Н.О. Алешугіна, О.В. Барановська, М.О. Барановський, О.О. Зеленська, І.В. Сміль, І.М. Філоненко. – Чернігів: Вид-во ЧНТУ, 2015. – 492 с.
45. Розвиток туристичного бізнесу регіону : навч. посіб. / [за ред. І. М. Школа]. – Чернівці : Книга-XXI, 2007. – 292 с.
46. Рутинський М. Й. Замковий туризм в Україні. Географія пам'яток фортифікаційного зодчества та перспективи їх туристичного відродження: навчальний посібник. – Київ: Центр учбової літератури, 2007. – 432 с.
47. Рутинський М.Й. Географія туризму України: навчально-методичний посібник: Вид. 2-ге – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 158 с.
48. Сажнева Н. М. Рекреаційна географія та туризм (словник-довідник сучасних термінологічних понять) : навч. посіб. – Мелітополь : Люкс, 2007. – 254 с.
49. Туристична політика зарубіжних країн: підручник / за ред. А. Ю Парфіненка. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2015. – 220 с.
50. Туристичне країнознавство: країни лідери туризму: навчальний посібник / заг. ред. О.О. Любіцевої. – К.: Альтпрес, 2008. – 436 с.
51. Фоменко Н.В. Рекреаційні ресурси та курортологія. – Івано-Франківськ, 2007. – 312 с.
52. Шканова О. М. Маркетинг послуг: Навч. посібник. – К.: Кондор, 2013. - 304 с.

Завідуючий кафедрою
туристичного бізнесу
та країнознавства

Анатолій ПАРФІНЕНКО