

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

_____ акад. В.С. Бакіров

«_____» _____ 2017 р.

ПРОГРАМА КОМПЛЕКСНОГО АТЕСТАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ ЗА ФАХОМ «Туризмознавство»

для студентів спеціальності 8.14010301 – «Туризмознавство»
(рівень вищої освіти - магістр, денна та заочна форми навчання)

ЗАТВЕРДЖЕНО:

на засіданні кафедри
туристичного бізнесу
та країнознавства

протокол № 8 від 16.02. 2017 р

ЗАТВЕРДЖЕНО:

методичною комісією
факультету міжнародних
економічних відносин та
туристичного бізнесу

протокол № 7 від 16.02. 2017 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО:

на засіданні Вченої ради факультету
міжнародних економічних відносин
та туристичного бізнесу

протокол № 10 від 16.02. 2017р.

Програма комплексного атестаційного екзамену за фахом
«Туризмознавство» для студентів спеціальності 8.14010301
«Туризмознавство» (рівень вищої освіти - магістр)

Укладачі:

к.е.н., доц. Н.І. Данько

к.е.н., доц. О.В. Євтушенко

к.і.н., доц. А.Ю. Парфіненко

к.і.н., доц. І.С. Посохов

Мета комплексного атестаційного екзамену зі спеціальності — визначення рівня підготовленості студентів рівня вищої освіти «магістр» за спеціальністю «Туризмознавство».

Характеристика змісту програми. Програма атестаційного екзамену спирається на освітньо-професійну програму підготовки магістра з туризму.

Загальні положення.

Атестація випускників здійснюється відповідно до вимог стандарту вищої освіти і освітньо - професійної програми.

Професійні компетенції фахівців зі спеціальності «Туризмознавство» рівня магістр:

- Розроблення стратегічних напрямів розвитку підприємства туристичної індустрії, забезпечення конкурентоспроможності.
- Формування оптимального асортименту туристичних послуг.
- Організація процесу управління. Розроблення раціональних форм організації управління.
- Управління якістю та конкурентоспроможністю туристичного продукту.
- Забезпечення захисту прав споживачів туристичних послуг.
- Здійснення комерційної діяльності туристичного підприємства.
- Організація зовнішньоекономічної діяльності туристичного підприємства.
- Проводити комплексний аналіз діяльності туристичного підприємства, з використання сучасних методик з позицій системного підходу.
- Забезпечувати контроль системи підтримки якості туристичного продукту.
- Обґрунтувати пропозиції щодо удосконалення СУОПГ.
- Розробити пропозиції з поліпшення гігієни і виробничої санітарії.

Порядок створення та організацію роботи екзаменаційної комісії регламентується: «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», затвердженим рішенням Вченої ради Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна від 29.05.2015, прот. № 6 та введеним в дію: наказом ректора від 03.06.2015 р. № 0202-1/215 та «Положенням про організацію освітнього процесу в Харківському національному університеті імені В. Н. Каразіна» від 14.12.2016 р. № 0202-1/599 (зі змінами, внесеними рішенням Вченої ради Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна від 28.11.2016 р., протокол № 15, введеними в дію: наказ ректора № 0202-1/599 від 14.12.2016 р.)

**КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ
ПИСЬМОВИХ ВІДПОВІДЕЙ НА
КОМПЛЕКСНИЙ АТЕСТАЦІЙНИЙ ЕКЗАМЕН ЗА ФАХОМ
«ТУМІЗМОЗНАВСТВО»**

Час виконання – 90 хвилин

Критерії оцінювання:

«5» - 40 – 36 вірних відповідей

«4» - 35 – 28 вірних відповідей

«3» - 27 – 20 вірних відповідей

«2» - 19 - 0 вірних відповідей

Тести – 100% (40 тестових завдань)

УВАГА! У разі використання заборонених джерел студент на вимогу члена комісії залишає аудиторію та одержує загальну нульову оцінку (0%).

За підсумками екзамену студент може набрати від 0 до 100 балів включно. Набрана сума балів зі 100-бальної шкали оцінки переводиться в 4-бальову у такий спосіб:

Оцінка за бальною шкалою	Оцінка за національною шкалою
90 - 100	5 (відмінно)
80-89	4 (добре)
70-79	
60-69	3 (задовільно)
50-59	
49—0	2 (незадовільно)

ПРОГРАМА
КОМПЛЕКСНОГО АТЕСТАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ ЗА ФАХОМ
«ТУМІЗМОЗНАВСТВО»

Комплексний атестаційний екзамен включає:

1. Тести.

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

- «Управління регіональним розвитком туризму»
- «Управління проектами в туризмі»
- «Екскурсологія »
- «Стратегічний маркетинг та менеджмент »
- «Туризмологія»

ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ

Дисципліна 1: Управління регіональним розвитком 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 DESTИНАЦІЙ як сучасний підхід до управління туризмом в регіоні

Теоретико-методичні підходи до визначення сутності і управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ. Маркетинг DESTИНАЦІЙ як управлінський процес. Концепція територіального маркетингу. DESTИНАЦІЯ як комплексний продукт. Основні рівні туристичного продукту DESTИНАЦІЇ. Маркетингова стратегія DESTИНАЦІЇ.

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

Кластерна модель організації туристичної діяльності в регіоні. Напрямки участі уряду у створенні 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.

Дисципліна 2: Управління проектами в туризмі

Тема 1. Теоретичні засади управління проектами туристичного підприємства

Поняття проекту як об'єкта управління, його роль у забезпеченні розвитку туристичної галузі та окремих підприємств. Принципи управління проектами підприємства, їх характеристика.

Цілі, завдання та функції проектів. Результати впровадження проектів в туризмі.

Класифікація видів проектів туристичних підприємств за різними ознаками: за функціональною спрямованістю, зі цілями інвестування, за сумісністю реалізації, за термінами реалізації, за обсягом необхідних інвестиційних ресурсів, за передбачуваною схемою інвестування. Капітальні вкладення як форма реального інвестування.

Учасники проекту, їх склад та функції. Життєвий цикл проекту. Структура проекту підприємства туристичної індустрії в розрізі основних розділів. Характеристика його складових. Механізм реалізації проектів на підприємстві.

Тема 2. Інвестування капіталу в проекти туристичного підприємства

Етапи фінансування проекту туристичного підприємства. Поняття «інвестиції в туризмі». Сутність інвестиційної діяльності підприємства, її форми та методи здійснення. Основні складові інвестиційного процесу. Суб'єкти інвестиційної діяльності. Інвестор як самостійний суб'єкт підприємницької діяльності.

Поняття «інвестиційний процес». Схеми інвестування. Форми капіталу. Схема інвестиційного процесу туристичного підприємства (інвестиції, цілі інвестора, терміни вкладення інвестицій)

Тема 3. Методичні підходи аналізу та планування проектів туристичного підприємства

Організаційне забезпечення розробки інвестиційних проектів на підприємстві. Аналіз інвестиційних проектів на підприємстві, цілі та напрями його проведення: аналіз проектної діяльності підприємства в цілому та окремих проектів.

Сутність інвестиційного планування та його основні системи: прогнозування, поточне планування та оперативне планування інвестиційної діяльності. Характеристика основних видів розроблюваних на підприємстві поточних інвестиційних планів.. Сутність бюджету як форми оперативного плану інвестиційної діяльності.

Концепція зміни вартості грошей у часі. Дисконтування грошових потоків в інвестиційних розрахунках. Визначення доходності інвестицій.

Ставка процента як вартість споживання. Поняття періодичної, номінальної та ефективної процентної ставки, алгоритми їх розрахунку.

Врахування в інвестиційних розрахунках фактора ліквідності. Критерії оцінки рівня ліквідності об'єктів інвестування (час конвертації, рівень фінансових втрат). Методичний інструментарій формування необхідного рівня доходності інвестиційних операцій з урахуванням фактора ліквідності..

Тема 4. Особливості управління проектами в туризмі

Задачі управління проектами в туризмі. Характеристика основних особливостей управління проектами в туризмі. Суб'єкти та об'єкти проекту в сфері туризму.

Джерела фінансування проектів у туризмі. Специфічні види інвестиційних проектів в туризмі: інфраструктури! інвестиції, інвестиції у «туризм та відпочинок», інші.

Поняття інвестиційної привабливості туристичної галузі, параметри її оцінки. Система основних показників, що характеризують інвестиційну привабливість туристичної галузі. Методи дослідження інвестиційної привабливості туристичної галузі.

Інвестиційна привабливість окремих туристсько-рекреаційних регіонів, параметри її оцінки. Система показників, що оцінюють інвестиційну привабливість регіонів. Методи дослідження інвестиційної привабливості окремих туристсько-рекреаційних регіонів.

Дисципліна 3. Екскурсологія

Тема 1. Історія екскурсійної справи в Україні

Туристсько-екскурсійні можливості рідного краю, України. Архітектурні, історичні та природні пам'ятники. Види пам'яток. Пам'ятки історії і культури та їх значення: . Зв'язок екскурсології з іншими науками. Дидактичні наукове, історичне, художнє. Пам'ятки історії та культури рідного краю. Охорона пам'яток історії та культури.

Тема 2. Екскурсологія як наука, метод пізнання та педагогічний процес

Поняття та завдання екскурсології. Предмет дослідження екскурсології. Екскурсійний метод. Методологія та методика екскурсійної справи. Педагогічні завдання екскурсії та педагогічна техніка екскурсовода. Психологічні особливості екскурсії. Екскурсія як інформаційний процес. Дотримання законів логіки в екскурсійній діяльності. Методи пізнання та їх використання в екскурсійному процесі. Вимоги до екскурсійного методу. Діалектичні, формально-логічні, конкретно- історичні та часткові методи в екскурсології. Предметність та речова доказовість (наочність) екскурсійного методу. Поєднання в екскурсійному методі методів навчання та виховання. Комплексний характер екскурсійного методу. Виховний вплив екскурсовода на екскурсантів. Культурно- просвітницькі аспекти екскурсійної роботи. Виховання у екскурсантів навичок самостійного дослідження об'єктів. Дидактичне та виховне завдання екскурсовода. Конструктивний, організаторський, комунікативний та пізнавальний компоненти екскурсійної діяльності. Післяекскурсійна робота екскурсовода. Педагогічна техніка та її елементи.

Тема 3. Психологія екскурсійної діяльності

Механізми сприйняття інформації. Пізнавальні, емоційні та вольові процеси сприйняття екскурсійного матеріалу. Поєднання чуттєвого та логічного методів пізнання в процесі екскурсії. Уявлення, судження та умовиводи як складові процесу мислення екскурсантів. Асоціації в екскурсіях. Словесні, наочні та практичні методи роботи екскурсовода з екскурсантами. Правила екскурсійного спілкування. Психо-емоційний контакт між екскурсоводом та групою, методи його встановлення та підтримки.

Тема 4. Особистість та професійна майстерність екскурсовода

Особливості екскурсійної методики у різних видах екскурсій. Вимоги екскурсійної методики. Забезпечення безперервності екскурсії як процесу

засвоєння знань. Варіанти поєднання показу та розповіді в екскурсії. Напрями підвищення якості методичної роботи в екскурсійних установах.

Виникнення професії «екскурсовод»: вітчизняний та закордонний досвід. Особистість екскурсовода. Конструктивні, організаторські, комунікативні та аналітичні здібності екскурсовода. Тенденційність в роботі екскурсовода. Роль темпераменту екскурсовода у проведенні екскурсії. Авторитет та індивідуальність екскурсовода. Моральні якості. Самооцінка. Професійна майстерність екскурсовода. Знання та уміння. Ерудиція екскурсовода. Фактори, що впливають на екскурсійну майстерність. Інтуїція екскурсовода. Шляхи підвищення екскурсійної майстерності. Екскурсовод як інформатор, коментатор, співрозмовник, порадник, емоційний лідер. Форми ораторського мистецтва екскурсовода. Стиль та культура мови. Мовний етикет. Темп та ритм мови. Невербальні засоби спілкування. Класифікація жестів, що використовуються в екскурсійному показі. Вказівні, просторові, реконструктивні, спонукальні, емоційні жести. Міміка та поза екскурсовода. Екскурсійний етикет.

Дисципліна 4. Стратегічний маркетинг та менеджмент

Тема 1. Процес стратегічного менеджменту: суть та складові

Передумови для прийняття стратегічних рішень у процесі управління підприємством. Корпоративний, діловий, функціональний та операційний рівні стратегічних рішень. Основні етапи стратегічного менеджменту: стратегічний аналіз середовища; обґрунтування цілей розвитку підприємства; оцінка та вибір альтернатив розвитку підприємства; формування портфеля стратегій підприємства; процес реалізації стратегії (формування системи відповідальності, оцінка та контроль впровадження). Типи стратегічного управління: характерні особливості, умови застосування.

Тема 2. Маркетингові стратегії бізнес-портфеля фірми

Завдання стратегічного маркетингу щодо управління портфелем бізнесу фірми. Характеристика стратегічної моделі М. Портера. Маркетингові

стратегії фірми згідно з матрицею Бостонської консультативної групи. Види маркетингових стратегій за матрицею Мак-Кінсі.

Тема 3. Маркетингові стратегії зростання підприємства

Сутність маркетингових стратегій зростання підприємства. Характеристика стратегій інтенсивного зростання підприємства. Інтеграційні стратегії росту, їх різновиди. Диверсифікаційні стратегії зростання, їх класифікація.

Тема 2. Маркетингові конкурентні стратегії

Сутність конкурентних стратегій, їх класифікація. Маркетингові конкурентні стратегії за А. Літлом. Конкурентні стратегії М.Портера. Стратегії конкурентної боротьби Ф.Котлера. Загальна характеристика стратегій Ф. Котлера Маркетингові стратегії ринкового лідера Маркетингові стратегії членджерів. Маркетингові стратегії послідовників. Маркетингові стратегії нішерів.

Дисципліна 5: Туризмологія

Тема 1. Туризмологія як соціоіуманітарна 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 2. 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. Перший 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. Розвиток туризмологічного знання в Росії та країнах СНД. Українська туризмологічна школа.

Тема 3. 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 4. 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.

ПИТАННЯ ДО 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 туризмології.
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: Зігмунд Бауман.
29. Туристичне середовище як псевдобуття: концепція Данієля 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 самотності територій.
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 регіональних 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. Властивості та специфічні риси проектування у сфері туризму;

67. Характеристики головних ознак проектів у сфері туризму;
68. Характеристики стадій життєвого циклу проектів у сфері туризму;
69. Головні цілі управління проектами у сфері туризму: специфічні риси і відмінності від виробничої сфери;
70. Основні характеристики критеріїв прийняття проекту;
71. Основні цілі економічного аналізу проекту?
72. Основні цілі фінансового аналізу проекту?
73. Показник чистої теперішньої вартості та його використання під час реалізації проекту;
74. Властивості організаційної структури управління проекту.
75. Показник внутрішньої норми дохідності та його використання під час реалізації проекту;
76. Причини виникнення підприємництва, сутність підприємницької діяльності.
77. Класифікація маркетингових конкурентних стратегій.
78. Різновиди маркетингових стратегій ринкового лідера.
79. Сутність стратегії підвищення ринкової частки за існуючої місткості ринку.
80. Сутність та різновиди стратегії захисту ринкового лідера.
81. Різновиди маркетингових стратегій членджерів.
82. Класифікація маркетингових стратегій зростання підприємства.
83. Різновиди стратегій інтенсивного росту.
84. Сутність стратегії глибокого проникнення на ринок.
85. За яких умов актуальні стратегії інтенсивного росту.
86. Сутність стратегічного маркетингу щодо управління портфелем бізнесу фірми.
87. Сутність стратегічної моделі М. Портера.
88. Маркетингові стратегії згідно з матрицею Бостонської консультативної групи.
89. Показники для оцінки факторів привабливості ринку і конкурентоспроможності СГП.
90. Сутність та маркетингові стратегії за матрицею «Мак-Кінсі».
91. Зв'язок екскурсології з іншими науками.
92. Поняття та завдання екскурсології.
93. Предмет дослідження екскурсології.
94. Екскурсійний метод.
95. Методологія та методика екскурсійної справи.
96. Історія розвитку екскурсологіїпринципи екскурсійного процесу: науковість, доступність, системність, переконливість.
97. Педагогічні завдання екскурсії та педагогічна техніка екскурсовода. Психологічні особливості екскурсії.
98. Пізнавальний, емоційний та вольовий процеси пізнання екскурсійного матеріалу.
99. Екскурсія як інформаційний процес. Дотримання законів логіки в екскурсійній діяльності. Структура методики екскурсійної роботи.

100. Методика екскурсійного показу та методика екскурсійної розповіді.
101. Особливості екскурсійної методики у різних видах екскурсій. 53. Вимоги екскурсійної методики.
102. Забезпечення безперервності екскурсії як процесу засвоєння знань. Форми ораторського мистецтва екскурсовода.
103. Зовнішня та внутрішня мова екскурсовода. Прихований діалог.
104. Стил ь та культура мови. Мовний етикет. Темп та ритм мови. Логічні наголоси.
105. Невербальні засоби спілкування.
106. Класифікація жестів, що використовуються в екскурсійному показі.
107. Вказівні, просторові, реконструктивні, спонукальні, емоційні жести. Міміка та поза екскурсовода.
108. Екскурсійний етикет.

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. Бабарицька В.К. Екскурсоведство і музеєзнавство: Навчальний посібник / В.К. Бабарицька, А.Я. Короткова, О.Ю. Малиновська. – К.:Альтерпрес, 2007.- 464с.
3. Бланк І.О., Гуляєва Н.М Інвестиційний менеджмент: підручник / А.А. Мазаракі (заг. ред.). – К., 2009. - 397с.
4. Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент : учебный курс. - 2-е изд., перераб. и доп. – К. : Эльга, 2007. - 550с.
5. Басюк Д.І. Основи туристології: навчально-методичний посібник / Д.І. Басюк – Кам'янець-Подільський: Аксіома, 2005. – 204 с.
6. Веретенников В.І. Управління проектами: Навчальний посібник: / В.І. Веретенников, Л.М. Тарасенко, Г.І. Гевлич - К.: Центр навчальної літератури, 2008. – 280 с.
7. Вишневська О. О. Феномен туризму у сучасному соціокультурному просторі: Монографія / Вишневська О. О. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2009. – 296 с.
8. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент [Текст]: підруч. / А. В. Войчак. – К.: КНЕУ, 2009. – 328 с.
9. Гандзюк М.П. Основи охорони праці. М.П. Гандзюк, Е.П. Желібо, М.О. Халімовський . – К.: Каравела, 2004. – 340 с.
10. Герасименко В.Г. Туризм як динамічна соціально-економічна система //Туризм в умовах глобалізації: особливості та перспективи розвитку: Монографія/Під ред. М.О. Кизима, В.Є. Єрмаченка.-Х.: ВД „ІНЖЕК”.2012.-472с.-С. 49-70

- 11.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.
- 12.Гонтаржевська Л. І. Ринок туристичних послуг в Україні: навчальний посібник / Л. І. Гонтаржевська. – Донецьк : Східний видавничий дім, 2008. - 180 с.
- 13.Гордин В. Э., Матецкая М. В. Культурный туризм как стратегия развития города: поиск компромиссов между интересами местного населения и туристов // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.hse.ru/data/659/478/1239>
- 14.Дацко О. І. Культура як чинник сталого розвитку регіонів: європейський досвід [Електронний ресурс]. – Режим доступу :http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/pips/2009_1/224.pdf2009. – С. 224-230.
- 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. Экскурсионное дело : учебное пособие / Г.П. Долженко. Москва - Ростов-на-Дону: Феникс, МарТ, 2009. - 272 с.
- 17.Долженко Г. П. Туризмология, туризмовеждение или туристика // Труды международной туристской академии. [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://gennadiy-dolzhenko.ru/a25.html>
- 18.Долішній М. І. Регіональна політика на рубежі ХХ–ХХІ століть: нові пріоритети / Долішній М. І. – К.: Наукова думка, 2006. – 288 с.
- 19.Євдокименко В.К. Регіональна політика розвитку туризму (методологія формування, практика реалізації) / Євдокименко В.К. – Львів, 1999. – 190 с.
- 20.Ердавлетов С.Р. Основы туризмологии: учеб.-метод, пособие. С.Р. Ердавлетов С.Р. - Алматы: Казак Университеті, 2009.

21. Жулевич Е. В., Копанев А. С. Организация туризма: Учебно-практ. пособие. 2-е изд. – Мн.: БГЭУ, 2001 - 156с.
22. Инвестиционный менеджмент : учебник / коллектив авторов ; под ред. Н.И. Лахметкиной. — М. : КНОРУС, 2016. — 262 с.
23. Ігнат'єва І. А. Менеджмент організацій (малого та середнього бізнесу) : підручник / І. А. Ігнат'єва, О. М. Паливода, Р. В. Янковой. – К. : КНУТД, 2014. – 360 с.
24. 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.
25. Кревенс Дэвид В. Стратегический маркетинг [Текст]: учеб. / Дэвид В. Кревенс; пер. с англ. – М.: Издат. Дом «Вильямс», 2003. – 752 с
26. Кудла Н. Є. Маркетинг туристичних послуг : навчальний посібник / Н. Є. Кудла ; Львів. ін-т економіки і туризму. - Київ : Знання, 2011. - 351 с. - (Вища освіта ХХІ ст.).
27. Кучеренко В.Р. Управління діловими проектами: навч. посібник / В.Р. Кучеренко, О.С. Маркітан – К.: Центр навчальної літератури, 2010. – 280 с.
28. 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.
29. 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.
30. Лиходій В.Г. Сучасна концепція маркетингу та економічна криза / В.Г. Лиходій // Актуальні проблеми економіки . – К. : 2009 – №12(102). - С.6-

- 31.Любіцева О. О. Туризмознавство: вступ до фаху: Підручник / О. О. Любіцева, В. К. Бабарицька. – К.: Київський університет, 2008. – 450с.
- 32.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.
- 33.Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности. Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2001. - 288с
- 34.Олійник Я.Б. Теоретичні основи туризмології: навч. посібник / Я. Б. Олійник, А.В. Степаненко – К.: «Ніка-Центр», 2005. – 316 с.
- 35.Парфиненко А. Ю. Туристический имидж как источник конкурентоспособности региона / Парфиненко А. Ю. // Актуальные проблемы экономики, менеджмента, маркетинга: Материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Белгород, 17-19 нояб. 2009 г.): в 2 ч. / отв. ред. Г. И. Ткаченко. Белгород: Изд.-во БелГУ, - Ч. 2. – С. 257-262.
- 36.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.
- 37.Регіони України: проблеми та пріоритети соціально-економічного розвитку: Монографія / За ред. З. С. Варналія. – К.: Знання України, 2005. – 498 с.
- 38.Савина Н.В. Экскурсоведение : учебное пособие / Н.В. Савина. - Минск : БГЭУ, 2009. - 256 с.
- 39.Свиридова Н.Д. Развитие туризма в регионе как объект государственного управления / Н.Д. Свиридова // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 2. – С.18-22.
- 40.Севастьянова С.А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства : учеб. пособие / С.А. Севастьянова. - М. : КНОРУС, 2007. – 256 с.

- 41.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.
- 42.Туризм в системі пріоритетів регіонального розвитку: Монографія / Під ред. проф. В. В. Александрова. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2010. – 287 с.
- 43.Туристичний імідж регіону: Монографія / За ред. Парфіненко А. Ю. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2009. – 315 с.
- 44.Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму: Монографія/ Кер.проекту В.С. Пазенок, В.К. Федорченко. - К.: ВЦ "Академія", 2013. - 368с. - (Серія "Монограф")
- 45.Федорченко В.К. Педагогіка туризму / Федорченко В.К., Фоменко Н.А., Охріменко М.І., Цехмістрова Г.С. . – К.: Вид. Дім «Слово», 2004. – 296 с.

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 исследования 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. Туризмолія (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 среда» / 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>

Завідуючий кафедрою
туристичного бізнесу
та країнознавства

к.і.н. доц. А.Ю. Парфіненко