

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

«_____» _____ 2018 р.

ПРОГРАМА КОМПЛЕКСНОГО АТЕСТАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ ЗА ФАХОМ «ТУРИЗМ»

для студентів спеціальності 242 – «Туризм» («Управління розвитком туризму»)
другого (магістерського) рівня вищої освіти

ЗАТВЕРДЖЕНО:

на засіданні кафедри
туристичного бізнесу
та країнознавства

протокол № 1 від 28.08. 2018 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО:

методичною комісією
факультету міжнародних
економічних відносин та
туристичного бізнесу

протокол № 2 від 26.09. 2018 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО:

на засіданні Вченої ради факультету
міжнародних економічних відносин
та туристичного бізнесу

протокол № 2 від 27.09. 2018 р.

Харків – 2018

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

Укладачі:

Данько Наталя Іванівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туристичного бізнесу та країнознавства факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу;

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 екзаме́н – це комплексна перевірка знань студентів з фахових дисциплін, передбачених навчальним планом певної спеціальності. Проводиться в 12 семестрі.

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

Професійні компетенції фахівців зі спеціальності «Туризм» 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, 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 НА
КОМПЛЕКСНИЙ АТЕСТАЦІЙНИЙ ЕКЗАМЕН ЗА ФАХОМ**
Час виконання – 90 хвилин

Критерії оцінювання

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:

Кількість вірних відповідей	Кількість балів	Оцінка за 4-бальною шкалою
40	100	5 (відмінно)
39	98	
38	96	
37	93	
36	90	
35	89	4 (добре)
34	86	
33	83	
32	80	
31	78	
30	76	
29	73	
28	70	
27	69	
26	66	
25	63	3 (задовільно)
24	60	
23	58	
22	56	
21	53	
20	50	
1-19	Бали не нараховуються	2 (незадовільно)

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

ПРОГРАМА КОМПЛЕКСНОГО АТЕСТАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ ЗА ФАХОМ

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

- «Управління регіональним розвитком туризму»
- «Управління якістю туристичних послуг»
- «Екскурсологія »
- «Стратегічний маркетинг та менеджмент »
- «Туризмологія: теорія туризму»

ПРОГРАМА КОМПЛЕКСНОГО АТЕСТАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ

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 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.

Тема 7. Наукові основи управління якістю туристичних послуг

Поняття якості послуг, основні напрямки її забезпечення. Загальні поняття: якість, управління якістю, система якості, політика в сфері якості, послуга, надання послуги. Якість як соціально-економічна проблема розвитку підприємства туристичної індустрії. Значення підвищення якості послуг в туристичній індустрії. Нормативно-технічна та законодавча база розвитку управління якістю. Мета, завдання та предмет управління якістю туристичних послуг.

Складові компоненти якості туристичних послуг: функціональна, технічна, етична якість. Управління якістю на всіх стадіях життєвого циклу послуги. Петля якості послуги. Зміст концепції TQM. Сутність процесного підходу до управління якістю на підприємствах туристичної індустрії.

Тема 8. Система, механізм та процес управління якістю послуг підприємств в сфері туризму

Поняття системи управління якістю туристичних послуг. Структура системи якості послуг та характеристика основних елементів, що формують дієву систему управління якістю туристичних послуг.

Функції, цілі, задачі та основні вимоги до побудови системи управління якістю послуг. Принципи та порядок розробки і впровадження систем управління якістю на підприємствах туристичної індустрії. Вдосконалення систем управління якістю послуг на основі міжнародних стандартів в галузі якості. Основні підходи до визначення механізму управління якістю. Особливості механізму управління якістю в туристичній індустрії. Зміст процесу управління якістю послуг та основні підходи до його визначення. Основні етапи процесу управління якістю послуг. Закони, закономірності, задачі та принципи управління якістю туристичних послуг. Сутність та класифікація функцій управління якістю послуг. Фактори, що обумовлюють якість туристичних послуг: технічні, економічні, організаційні, правові. Сутність та види методів управління якістю послуг. Техніка та технологія управління якістю. Людина в системі управління якістю туристичних послуг. Вдосконалення механізму управління якістю послуг на підприємствах туристичної індустрії.

Тема 9. Організація контролю якості туристичних послуг

Органи контролю за підприємницькою діяльністю, пов'язаною з наданням туристичних послуг: місцеві органи виконавчої влади в галузі туризму, Ліцензійна палата при Міністерстві економіки України. Основні етапи контролю якості туристичних послуг. Періодичність проведення контролю. Основні вимоги до керівництва організації з метою забезпечення якісного обслуговування. Політика в сфері якості: цілі, завдання та заходи. Обов'язки, загальна та персональна відповідальність працівників, діяльність яких обумовлюється якістю послуг. Характеристика видів внутрішнього контролю: операційний, обліковий і т. д.

Оцінювання якості послуг постачальником: вимірювання і перевірка ключових видів діяльності в межах процесу надання послуги; самоконтроль залученого до надання послуги персоналу, остаточне оцінювання якості послуги постачальником під

час безпосередньої взаємодії зі споживачем послуги. Оцінювання якості послуги споживачем. Організація контролю якості туристично-екскурсійних послуг на підприємствах: готелях, мотелях кемпінгах, туристичних базах і комплексах, туристичних фірмах та підприємствах.

Форми та види контролю якості та послуг в підприємствах харчування, розміщення рекреації. Комісії з якості, її функції та завдання. Обов'язки, відповідальність і повноваження членів комісії з якості. Призначення конференції споживачів, організацій зворотного зв'язку зі споживачами послуг.

Тема 10. Ефективність управління якістю послуг підприємств в сфері туризмі

Етапи формування та види витрат на управління якістю туристичних послуг. Інформаційна база аналізу та планування витрат на якість послуг в туристичній індустрії. Методи аналізу та планування витрат на якість послуг. Основні терміни і визначення: показник якості, одиничний показник, комплексний показник, рівень якості. Основні вимоги до якості туристичних послуг. Порядок визначення рівня якості, номенклатура показників якості: показники надійності, економічні показники, правові, технологічні показники. Методи оцінки якості послуг та окремих показників якості туристичного обслуговування: вимірювальний, соціологічний, розрахунковий, експертний. Поняття ефективності управління якістю в туристичній індустрії. Характеристика основних підходів до оцінки ефективності управління якістю послуг. Характеристика основних критеріїв та показників ефективності управління якістю в туристичному підприємстві. Принципи ефективного управління якістю. Визначення ціни якості.

Тема 11. 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 12. 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 13. 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 14. 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.

Тема 15. 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 16. 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 17. 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 18. 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.

Тема 19. Туризмологія як соціоігуманітарна 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 20. 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 ХІХ 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 21. 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 22. 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 КОМПЛЕКСНОГО АТЕСТАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ

для студентів спеціальності 242 – «Туризм» («Управління розвитком туризму») другого (магістерського) рівня вищої освіти

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 ХХ 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 самотутності 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 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. Що є система якості? Опишіть її основні складові;
71. Розкрийте суть поняття «петля якості»;
72. Оцінка якості послуги: суть і зміст;
73. Назвіть і розкрийте десятеро основних показників якості.
74. Перерахуйте і дайте характеристику принципам менеджменту якості. Які з принципів є найбільш важливими?
75. У чому суть концепції загального управління якістю (**TQM**)? Дайте характеристику;
76. Функції та структура СУОПГ.
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. Стиль 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. Екскурсознавство 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 туризмології: 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 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <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.nbu.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, туризмведение или туристика // Труды международной туристской академии. [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <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. - Алмати: 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 DESTINATION України / Ю.Ю. Леонт'єва // Економіка і регіон: наук. вісн. – 2009. – № 3(22). – С.20-26.
29. Леонтьева Ю.Ю. Маркетинг DESTINATION 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.6-12

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.

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. Экстратегии 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