

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

Укладачі:

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

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

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

Загальні положення

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

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

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

- ФК 1. Здатність визначати основні наукові поняття та категорії методології туризму та рекреації (туризмології) і застосовувати їх у професійній діяльності
- ФК 2. Здатність використовувати методи наукових досліджень у сфері туризму та рекреації
- ФК 3. Здатність аналізувати геопросторову організацію туристичного процесу і проектувати її розвиток на засадах сталості
- ФК 4. Розуміння завдань національної та регіональної туристичної політики та механізмів регулювання туристичної діяльності
- ФК 5. Здатність використовувати теорію і методи інноваційно-інформаційного розвитку на різних рівнях управління
- ФК 6. Здатність до організації та управління туристичним процесом на локальному та регіональному рівнях, в туристичній дестинації, на туристичному підприємстві
- ФК 7. Здатність розробляти та сприяти упровадженню регіональних програм розвитку сталого туризму
- ФК 8. Здатність упроваджувати в практику міжнародний досвід рекреаційно-туристичної діяльності
- ФК 9. Розуміння механізмів взаємодії суб'єктів світового та національного туристичного ринків і положень соціально-відповідального бізнесу в туризмі та рекреації
- ФК 10. Здатність управляти ризиками в туризмі
- ФК 11. Здатність до управління інформацією
- ФК 12. Здатність до підприємницької діяльності на національному та міжнародному туристичному ринку
- ФК 13. Здатність до визначення стратегічних завдань у розвитку туристичного бізнесу
- ФК 14. Здатність до соціальної та академічної мобільності в сфері туристичної діяльності
- ФК 18. Розуміння методів та інструментів економічного управління міжнародним туристичним бізнесом
- ФК 19. Розуміння спеціальних галузевих інформаційних ресурсів, особливостей організації та проведення маркетингових досліджень в туризмі.
- ФК 20. Розуміння специфічних питань та сучасних підходів і технологій управління персоналом підприємств туристичної індустрії.
- ФК 21. Здатність застосовувати норми та положення дипломатичного протоколу та ділового етикету як засобу реалізації міжнародної діяльності.

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

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

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

УВАГА!

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

Шкала оцінювання

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

ПРОГРАМА КОМПЛЕКСНОГО АТЕСТАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ ЗА ФАХОМ

Тема 1. Міжнародний туристичний бізнес як економічна категорія: основні поняття, види (форми), теорії розвитку, соціально-економічний, культурний та екологічний напрями впливу

Поняття «міжнародний бізнес», «міжнародний туристичний бізнес», форми міжнародного бізнесу, теорії розвитку міжнародної торгівлі товарами та послугами, конкурентоспроможність туристичного бізнесу та його оцінка за допомогою індексів, вплив міжнародного туристичного бізнесу на соціально-економічний, культурний та екологічний розвиток дестинації.

Тема 2. Середовище міжнародного туристичного бізнесу: фактори його формування, сучасні ризики та небезпеки

Поняття «середовище», «бізнес-середовище», важливість дослідження бізнес-середовища в процесі розвитку міжнародного туристичного бізнесу, характерні риси бізнес-середовища, складові мікро- та макросередовища міжнародного туристичного бізнесу, роль SWOT аналізу у процесі дослідження бізнес-середовища, сучасні ризики та небезпеки середовища міжнародного туристичного бізнесу.

Тема 3. Компонентна структура системи міжнародного туристичного бізнесу: суб'єкти, нові форми організації в умовах глобалізації та інтернаціоналізації
Туристичний бізнес як система: характеристика основних компонентів, характерні риси дестинації, роль держави у розвитку міжнародного туристичного бізнесу, сучасна класифікація туристів як споживачів міжнародного туристичного продукту.

Тема 4. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туристичного бізнесу

Сталий розвиток міжнародного туристичного бізнесу, вплив Covid 19 на туристичний бізнес, екологізація, інноваційність та персоніфікація процесу надання міжнародних туристичних послуг тощо.

Тема 5. Особливості міжнародного маркетингу в туристичному бізнесу

Поняття «міжнародний маркетинг», характерні риси та переваги міжнародного маркетингу, принципи та суб'єкти міжнародного маркетингового процесу, переваги та головні етапи проведення міжнародного маркетингового дослідження, механізм аналізу ринку країнопотенційного партнера.

Тема 6. Розробка стратегії виходу національних суб'єктів туристичного бізнесу на світовий ринок

Поняття та сутність стратегічного маркетингу. Поняття та головні принципи, складові міжнародного маркетингового плану. Головні критерії вибору країни для розробки стратегії розширення туристичного бізнесу. Види стратегій міжнародної експансії туристичного бізнесу.

Тема 7. Наукові основи управління якістю туристичних послуг

Поняття якості послуг, основні напрями 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 і 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. Вітчизняний та закордонний досвід розвитку управління якістю туристичних послуг

Еволюція концепцій управління якістю. Основні етапи розвитку управління якістю послуг. Сутність, зміст та особливості основних періодів становлення та розвитку

мислення в галузі якості туристичних та готельних послуг. Історія розвитку систем якості в Україні та за кордоном. Становлення сучасної філософії якості.

Тема 9. 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. Сутність основних елементів механізму управління якістю послуг. Види механізму управління якістю послуг: економічний, організаційний, соціально-психологічний. Мета, предмет і об'єкти механізму управління якістю послуг. 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 10. Ефективність управління якістю послуг підприємств в сфері туризму

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: вимірjuвальний, 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. 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 12. Основи теорії стандартизації та сертифікації послуг

Мета, завдання та предмет стандартизації і сертифікації послуг. Загальні поняття: стандартизація, сертифікація, сертифікат, стандарт. Об'єкти стандартизації. Державна система стандартизації в Україні та її основні положення. Органи стандартизації та сертифікації в Україні. Роль стандартизації і сертифікації в туристському обслуговуванні. Значення стандартизації і сертифікації в забезпеченні регулювання якості туристичних послуг. Становлення стандартизації та сертифікації на Україні. Міжнародна система стандартизації і сертифікації. Міжнародна та європейська діяльність зі стандартизації. Міжнародна організація із стандартизації ISO. Основні тенденції розвитку міжнародної стандартизації систем якості. Міжнародні стандарти серії ISO 9000 та 10000: склад стандартів, вибір, застосування стандартів.

Тема 13. Державна система стандартизації

Суть і значення Державної системи стандартизації. Сутність уніфікації, агрегування, спеціалізації, взаємозамінність. Вітчизняні системи стандартів. Методичні принципи комплексної стандартизації. Положення стандартизації, що випереджує. Органи і служби стандартизації в Україні в галузі туризму. Порядок розробки, затвердження та реєстрації стандартів. Загальні вимоги до стандартів. Категорії стандартів: державні (ДСТУ), галузеві (ГСТУ), стандарти науково-технічних та інженерних товариств і спілок України (СТТУ), технічні умови (ТУУ), стандарти підприємств (СТП). Види стандартів: основоположні; на продукцію і послуги; на процеси; методи контролю (випробувань, вимірювань, аналізу). Інформаційні показники стандартів.

Тема 14. Система сертифікації туристичних послуг

Основні принципи та загальні правила системи сертифікації. Визначення в системі сертифікації: сертифікат відповідності, знак відповідності та ін. Державний характер робіт з сертифікації в Україні. Рішення уряду країни з розвитку сертифікації. Державна система сертифікації УкрСЕПРО. Структура системи, основні її органи: Національний орган з сертифікації; науково-технічна комісія; органи з сертифікації послуг; органи з сертифікації систем якості; випробувальні лабораторії (центри); експерти-аудитори; науково-методичний та інформаційний центр; територіальні центри стандартизації, метрології та сертифікації Держстандарту України, Український навчально-науковий центр з стандартизації, метрології та сертифікації. Органи з сертифікації туристичних та готельних послуг. Функції органів і осіб системи сертифікації УкрСЕПРО. Вимоги до органів сертифікації і порядок їх акредитації. Держкомтуризм України. Головні завдання, які визначають основні функції Держкомтуризму в цій галузі. Обов'язкова і добровільна сертифікація підприємств туристичної індустрії. Відповідальність у разі порушення обов'язкової сертифікації. Три форми сертифікації підприємств.

Тема 15. Ліцензування підприємств в сфері туризму

Рішення уряду в області ліцензування підприємств. Основні нормативно-правові акти, на яких базується ліцензування. Умови ліцензування підприємств туристичної індустрії. Органи і служби ліцензування підприємств в Україні. Основні документи, які передаються підприємством в уповноважений орган на ведення ліцензійної діяльності для юридичних і фізичних осіб. Порядок оплати за розгляд заяви і видачу ліцензії. Порядок видачі ліцензії. Проведення додаткової експертизи при виникненні суперечливих питань. Умови припинення дії ліцензії і її анулювання. Умови дії ліцензії.

Тема 16. Сутність бізнес-планування та особливості його здійснення на підприємствах туристичної галузі

Особливості бізнесу в туристичній галузі. Імперативи розвитку туристичної галузі. Тенденції розвитку бізнесу в туризмі. Зміст та предмет бізнес-планування діяльності підприємства. Підприємство як суб'єкт ринку та виробничо-ринкова система. Економічні параметри підприємства (активи, пасиви, витрати виробництва, дохід, прибуток).

Методологія планування на підприємствах туристичної галузі. Функції та цілі розробки бізнес-плану. Формування інформаційного поля бізнес-плану. Загальна методологія розробки бізнес-плану. Програмне забезпечення процесу бізнес-планування (Project Expert, MS Project, Primavera SureTrack).

Тема 17. Система планів підприємства

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

Тема 18. Структура, логіка розробки та оформлення бізнес-плану

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

Тема 19. Характеристика конкурентного середовища та конкурентні переваги продукції (послуг)

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

Тема 20. Маркетинг-план

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

Тема 21. Виробничий план

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

Тема 22. Організаційний план

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

Тема 23. Оцінка ризиків

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

Тема 24. Фінансовий план

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

Тема 25. Основи стратегічного маркетингу в туризмі

Концепція стратегічного управління. Система стратегічного управління та передумови її формування. Основні складові системи стратегічного управління. Процес стратегічного управління. Характеристика етапів процесу стратегічного управління. Еволюція стратегічного управління. Школи стратегічного управління.

Тема 26. Організація як об'єкт стратегічного управління

Організація як система. Історія і профіль організацій. Власні цінності. Організаційна структура. Стратегічне бачення. Місія, цілі та політика організації. Цілі стратегічного управління. Варіанти цілеполагання. Дерево цілей.

Тема 27. Аналіз та діагностика зовнішнього середовища

Методи аналізу зовнішнього середовища. SWOT-аналіз. Інтегральні та портфельні методи аналізу та вибір стратегічних рішень. SWOT – аналіз: мета, алгоритм, результат. Баланс висновків. Стратегічні альтернативи. Суть стратегій. Ієрархія стратегій. Основні типи стратегій. Оцінка стратегій фірми за методом SPASE. Визначення впливу стратегій на прибуток (PIMS). PEST-аналіз мікросередовища підприємства. Аналіз загальної ситуації в туристичній галузі. Аналіз конкуренції в галузі: модель п'яти сил М. Портера. Конкурентний профіль. Карта стратегічних груп. Техніка сценаріїв. Шанси і загрози в оточенні організації. Нестабільність зовнішнього середовища і види стратегічного управління. Шкала Ансоффа. Аналіз конкуренції в галузі: модель двигаючих сил. Фактори успіху.

Тема 28. Основи теорії конкурентних переваг

Поняття конкурентної переваги та її оцінка. Детермінанти національного ромба. Життєвий цикл конкурентної переваги. Конкурентний статус фірми та його оцінка. Взаємозв'язок конкурентного статусу та конкурентної переваги організацій

Тема 29. Аналіз і вибір стратегічних позицій

Стратегічна сегментація. Стратегічні зони господарювання (СЗГ): поняття і характеристика. Параметри стратегічної сегментації. Визначення позиції фірми в конкуренції. Метод БКГ. Оцінка привабливості СЗГ. Використання матриці Мак Кінзі та межі її застосування. Обґрунтування вибору стратегії за допомогою моделі ADL. Матриця Гофера. Управління стратегічним набором. Балансування набору СЗГ з різним життєвим циклом. Балансування позицій фірми в різних фазах життєвого циклу. Матриця балансу

життєвого циклу. Стратегічна гнучкість. Синергізм та його оцінка. Управління набором при множинних орієнтирах.

Тема 30. Управління на основі гнучких експертних рішень

Управління шляхом ранжування стратегічних задач. Оцінка наслідків вирішення стратегічних задач. Матриця “Єврокіп”. Управління за слабкими сигналами. Сильні та слабкі сигнали. Виявлення слабких сигналів. Динаміка реагування. Управління в умовах стратегічних несподіванок.

Тема 31. Реалізація стратегічних рішень

Організаційне забезпечення стратегічного управління. Створення адекватної організаційної структури (структура-стратегія-мета). Формування організаційної культури. Управління стратегічними змінами. Опір стратегічним змінам та його подолання. Ефективність стратегічних змін. Стратегічний контролінг.

Тема 32. Визначення товарних стратегій підприємства

Характеристика товарних стратегій підприємства. Стратегія інновації товару. Стратегія диференціації товару. Стратегія диверсифікації товару. Стратегія варіації (модифікації) товару. Стратегія елімінації товару.

Вибір марочної стратегії. Розширення товарної лінії. Розширення меж використання марки. Комбінування торгових марок.

Сутність брендингу як процесу комплексного управління. Умови успішності бренду. Процес формування бренду.

Тема 33. Маркетингові конкурентні стратегії

Сутність конкурентних стратегій, їх класифікація. Маркетингові конкурентні стратегії за А. Літлом. Лідуюча (домінуюча), сильна, сприятлива, задовільна позиції.

Конкурентні стратегії М. Портера. Стратегія лідерства за витратами. Стратегія диференціації. Стратегія концентрації.

Стратегії конкурентної боротьби Ф. Котлера. Ринкові лідери, челенджери, послідовники, нішери.

ПИТАННЯ ДО КОМПЛЕКСНОГО АТЕСТАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ

1. Міжнародний туристичний бізнес як економічна категорія: основні поняття, види (форми), теорії розвитку, соціально-економічний, культурний та екологічний напрями впливу
2. Середовище міжнародного туристичного бізнесу: фактори його формування, сучасні ризики та небезпеки
3. Компонентна структура системи міжнародного туристичного бізнесу: суб'єкти, нові форми організації в умовах глобалізації та інтернаціоналізації
4. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туристичного бізнесу
5. Особливості міжнародного маркетингу в туристичному бізнесу
6. Розробка стратегії виходу національних суб'єктів туристичного бізнесу на світовий ринок
7. Наукові основи управління якістю туристичних послуг
8. Вітчизняний та закордонний досвід розвитку управління якістю туристичних послуг
9. Система, механізм та процес управління якістю послуг підприємств в сфері туризму
10. Ефективність управління якістю послуг підприємств в сфері туризму
11. Організація контролю якості туристичних послуг
12. Основи теорії стандартизації та сертифікації послуг
13. Державна система стандартизації
14. Система сертифікації туристичних послуг
15. Ліцензування підприємств в сфері туризму

16. Сутність бізнес-планування та особливості його здійснення на підприємствах туристичної галузі
17. Система планів підприємства
18. Структура, логіка розробки та оформлення бізнес-плану
19. Характеристика конкурентного середовища та конкурентні переваги продукції (послуг)
20. Маркетинг-план
21. Виробничий план
22. Організаційний план
23. Оцінка ризиків
24. Фінансовий план
25. Основи стратегічного маркетингу в туризмі
26. Організація як об'єкт стратегічного управління
27. Аналіз та діагностика зовнішнього середовища
28. Основи теорії конкурентних переваг
29. Аналіз і вибір стратегічних позицій
30. Управління на основі гнучких експертних рішень
31. Реалізація стратегічних рішень
32. Визначення товарних стратегій підприємства
33. Маркетингові конкурентні стратегії

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. Про стандартизацію: Закон України // Відом. Верховної Ради України. - 2001. - № 31. - С.145. 2. Про підтвердження відповідності : Закон України // Відом. Верховної Ради України. -2001.-№32.-С. 169.
3. Алієва-Барановська В. М. Міжнародний туризм : навчальний посібник-довідник / В. М. Алієва-Барановська, І. І. Дахно. – К. : ЦУЛ, 2013. – 344 с.
4. Божидарнік Т. В. Міжнародний туризм : навчальний посібник / Т. В. Божидарнік, Л. В. Савош, Т. Никитюк [та ін.]. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 661 с.
5. 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.
6. Волошина С.В. Бізнес-планування: конспект лекцій. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2016.
7. Герасименко В.Г. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / В.Г Герасименко С.С. Галасюк, С.Г. Нездоймінов /за заг. ред. В.Г. Герасименка. - Одеса: Астропринт, 2013. - 304 с.
8. Горіна Г.О. Світовий ринок туристичних послуг [Текст] : конспект лекцій / Г.О. Горіна ; ДонНУЕТ. – Кривий Ріг, 2016. – 110 с. Гонтаржевська Л. І. Ринок туристичних послуг в Україні / Л. І. Гонтаржевська. – Донецьк : Східний видавничий дім, 2008. – 180 с.
9. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу / Л. П. Дядечко. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
10. Кузик С. П. Географія туризму : навч. посіб. / Кузик С. П. – К. : Знання, 2011. – 271 с.
11. Любіцева О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти)/ О. О. Любіцева – К.: Альтерпрес, 2002. – 436 с.
12. Любіцева О. Туризмознавство : вступ до фаху: підручник / О. О. Любіцева, В.К. Бабарицька – Київ: ВПЦ «Київський університет», 2008. – 336 с.

13. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник / М.П.
14. Мальська М. Туристичний бізнес: теорія і практика. Навч. пос. / М. П. Мальська, В.В. Худо. – К.: Центр учбової літератури, 2007 – 424 с.
15. 64с.
16. Момот О.І. Менеджмент якості та елементи системи якості.: навч. посіб./ О.І. Момот. - К.: Центр учбової літератури, 2017. - 368 с.
17. Портер Е.М. Стратегія конкуренції: Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів .-К.:Основи, 2002 .-390 с.
18. Стратегічний маркетинг : Підручник / Л.В. Балабанова, В.В. Холод, І.В. Балабанова – К. : Видавництво : Центр навчальної літератури (ЦУЛ), 2019. – 612 с.
19. Стратегічний менеджмент. [текст] навч. посіб. / За заг. ред. Бутка М. П. [М.П.Бутко, М.Ю.Дітковська, С.М.Задорожна та ін.] – К. : «Центр учбової літератури», 2016. – 376 с.
20. Сідоров М.В., Юрченко О.Є., Юрченко С.О. Україна на світовому ринку туристичних послуг: сучасний стан та перспективи розвитку: монографія. Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2017. 256 с.
21. Смирнов І. Г. Бізнесові основи міжнародного туризму: Навч. пос. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2007. – 125 с. 17. Смирнов І.Г., Фоменко Н.В. Міжнародний туристичний бізнес: Навч.-метод. пос. – І.-Ф.: Галицька академія, 2009. – 154 с.
22. Смирнов І.Г., Любіцева О.О. Міжнародний туристичний бізнес і логістика в туризмі: навч. посіб. У 2-х книгах. Кн. 1. Міжнародний туристичний бізнес. – Київ: Видавництво Ліра-К, 2022. – 288 с.
23. Ткаченко Т. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія / Тетяна Іванівна Ткаченко. – 2-ге вид., випр. та доповн. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 463 с.
24. Ткаченко Т.І. Управління якістю готельних послуг : монографія / Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко, М.В. Новак. - К. :КНТЕУ, 2015.-234 с.
25. Юрченко С. О., Юрченко О. Є. Міжнародний туризм : навчальний посібник для студентів спеціальностей «Туризмознавство», «Міжнародні економічні відносини» / С. О. Юрченко, О. Є. Юрченко. - Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2016. - 328 с.
26. Beugelsdijk S. International economics and business. Cambridge [etc.] Cambridge University Press, 2013. - 475 p.
27. Current issues in hospitality and tourism research and innovations. CRC Press, 2012. – 648p.
28. Dynamics of international business. Cambridge [etc.] Cambridge University Press, 2013. - 242 с.
29. International business : a global perspective / Marios I. Katsioloudes and Spyros Hadjidakis. 723 p.
30. International marketing.- Edited by Yuriy Kozak , Sáawomir Smyczek – Kiev - Katowice : CUL , 2015- 279 p.
31. Kotler P. (2012)Globalization and international marketing competition.

Допоміжна

1. ДСТУ 3410-96. Система сертифікації УкрСЕПРО. Основні положення : чин. від 04.01.1997 р. - К.: Держстандарт України, 2001. - 28 с.

2. ДСТУ 3419-96. Система сертифікації УкрСЕПРО. Сертифікація систем якості. Порядок проведення : чин. від 04.01.1997 р. - К. : Держстандарт України, 2001. - 34 с.
3. ДСТУ 1.1-2001. Стандартизація та суміжні види діяльності. Терміни та визначення основних понять : чин. від 01.07.2001^». - Ют Держстандарт України, 2001. - 26 с.
4. ДСТУ 4268-2003. Послуги туристичні. Засоби розміщення туристів. Загальні вимоги: Від 01.07.04. - К. : Держспоживстандарт України, 2004.
5. ДСТУ 4269-2003. Послуги туристичні: Класифікація готелів. Загальні вимоги: Від 01.07.04. - К.: Держспоживстандарт України, 2004.
6. ДСТУ 4527-2006. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення: Від 28.02.06. - К.: Держспоживстандарт України, 2006.
7. ДСТУ ISO 9000-2001. Системи управління якістю. Основні положення і словник : чин. від 10.01.2001 р. - К.: Держстандарт України, 2001. - 27 с.
8. ДСТУ ISO 9001-2001. Системи управління якістю. Вимоги : чин. від 10.01.2001 р. - К. : Держстандарт України, 2001. - 23 с.
9. ДСТУ ISO 9004-2001. Системи управління якістю. Настанови щодо поліпшення діяльності. Вимоги : чин. від 10.01.2001 р. - К.: Держстандарт України, 2001. - 44 с.
10. Cullen P. Economics for hospitality management. London International Thomson Business Press, 1997. - 245 p.
11. E-business and telecommunications. Springer, 2012. - 448 p.
12. Ezrachi, A. EU competition law. Oxford Hart Publishing, 2010. - 500 p.
13. The business of tour operations / Pat Yale. Harlow : Longman Scientific & Technical, 1995. 283 p.
14. Tour Operators and Operations: Development, Management, and Responsibility/ Jacqueline Holland and David Leslie (2017), edited by CABI, Oxfordshire. ISBN: 978-178064-823-1, 292 p.

Завідуювач кафедри
туристичного бізнесу
та країнознавства

Анатолій ПАРФІНЕНКО