

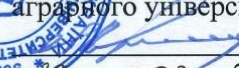
**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВІННИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ТА
УПРАВЛІННЯ**

*Факультет економіки, інформаційних технологій та сфери
обслуговування*

Затверджено
Рішення Вченої ради
Вінницького національного
аграрного університету
«29» 03 2024р.
Протокол № 9
Голова Вченої ради

Григорій КАЛЕТНИК



Затверджено
Ректор
Вінницького національного
аграрного університету

Віктор МАЗУР
«29» 03 2024р.

**Програма
фахового вступного випробування
для здобуття ступеня магістра
за спеціальністю
242 «Туризм і рекреація»**

Вінниця – 2024

Програму підготували: Польова О.Л., д.е.н, професор заступник директора навчально-наукового інституту економіки та управління з навчальної роботи, професор кафедри бізнесу та сфери обслуговування; Ставська Ю.В., к.е.н. доцент, завідувач бізнесу та сфери обслуговування; Головня О.М., д.е.н. доцент, доцент кафедри бізнесу та сфери обслуговування

Рекомендовано до видання Вченою радою ВНАУ
(протокол від « 29 » березня 2024 р. за № 9)

Схвалено науково-методичною комісією ВНАУ
(протокол від «28» березня 2024 р. № 6)

Рекомендовано до видання Вченою радою ННІ економіки та управління
(протокол від «28» березня 2024 р. № 3)

Схвалено навчально-методичною комісією ННІ економіки та управління
(протокол від «11» березня 2024 р. № 2)

ЗМІСТ

Вступ	4
1. Мета фахового вступного випробування	4
2. Характеристика змісту програми (Опис основних розділів та їх короткий зміст)	4
3. Вимоги до здібностей і підготовленості абітурієнтів	7
4. Порядок проведення фахового вступного випробування	7
5. Структура екзаменаційного білета	7
6. Критерії оцінювання фахового вступного випробування	7
7. Рекомендована література	8
Додаток. Зразок виконання екзаменаційного завдання	16

ВСТУП

Вступне фахове випробування проводиться з метою оцінювання рівня підготовки вступників, ступеня володіння професійними знаннями для подальшого опанування освітнього ступеня «магістр» зі спеціальності 242 «Туризм і рекреація».

Програму вступного фахового випробування для здобуття освітнього ступеня «магістр» розроблено відповідно до стандартів вищої освіти, освітньо-професійних програм підготовки бакалаврів напряму підготовки «Туризм».

1. Мета фахового вступного випробування

Метою програми є забезпечення вступників інформацією щодо структури та змісту вступного фахового випробування, а також створення необхідних умов для оцінювання знань, здобутих ними у процесі навчання за освітньо-професійною програмою підготовки бакалаврів відповідної спеціальності. До програми вступних фахових випробувань увійшли змістові модулі програм нормативних дисциплін з професійної підготовки.

Зміст програми фахового вступного випробування складається з чотирьох дисциплін: Економіка туризму; Організація туризму; Маркетинг у туризмі; Менеджмент у туризмі.

2. Характеристика змісту програми (Опис основних розділів та їх короткий зміст)

1. Економіка туризму

1.1. Роль і місце туризму в системі ринкового господарства України.

Суть туризму як виду економічної діяльності сфери послуг. Функції туризму. Особливості функціонування туризму в умовах ринкової економіки. Основні напрямки диверсифікації діяльності туристичних фірм, їх об'єднань в ринкових умовах господарювання.

Поняття туристського ринку. Ємкість ринку готельних та туристичних послуг: поняття, методика визначення. Фактори, що впливають на кон'юнктуру туристського ринку. Об'єкти економічних відносин готельного та туристського ринку, їх характерні риси (невідчутність, невідокремленість від джерела, непостійна якість, незбереження).

Особливості пропозиції туристичного продукту на ринку. Форми пропозиції туристичних послуг. Основні фактори, що впливають на пропозицію туристичного продукту на ринку іноземного та зарубіжного, внутрішнього туризму. Особливості економічного регулювання ринку туристичних послуг.

1.2. Економічні основи функціонування підприємств туризму системі ринкових відносин.

Поняття підприємства туризму. Підприємство як самостійний господарюючий статутний суб'єкт, як юридична особа. Права підприємства в галузі

планування, управління ресурсами (матеріальними, трудовими та фінансовими), в розпорядженні доходами і прибутком та інше.

Характеристика підприємств туризму, як суб'єкту економічних відносин на ринку споживчих товарів і послуг, ринку засобів виробництва, цінних паперів, праці. Організаційно-економічні умови функціонування підприємств туристичної індустрії. Поняття економічної самостійності підприємства та його економічного суверенітету, самоокупності, самофінансування. Економічне стимулювання та економічна відповідальність за результати діяльності.

Економічні обмеження функціонування підприємств туристичної індустрії (ресурсні, обумовлені попитом, фінансові, бюджетні) в умовах ринкової економіки.

1.3. Механізм економічного регулювання господарської діяльності підприємств туризму. Методичний інструментарій його реалізації.

Суттєвість господарського механізму підприємств туристичної індустрії. Основні інструменти внутрішнього економічного регулювання господарської діяльності підприємств. Законодавчі основи і основні принципи діючого механізму внутрішнього і економічного регулювання діяльності підприємств з різними формами власності. Методичні основи аналізу, планування і прогнозування господарської діяльності підприємств туристичної індустрії. Суть та зміст аналізу господарської діяльності. Система аналітичних показників, які використовуються на підприємствах готельного господарства та туризму. Планування як інструмент обґрунтування стратегії, його суть. Види планів. Система планів економічного та соціального розвитку підприємств туристичної індустрії. Комплексне застосування методів планування та прогнозування діяльності підприємства туристичної діяльності для забезпечення варіантності та оптимальності рішень, що приймаються. Поняття бізнес-планування в сфері туристичної діяльності.

1.4. Ресурсний потенціал підприємств туристичної індустрії та економічні передумови його використання.

Поняття економічних ресурсів та ресурсного потенціалу підприємств туристичної індустрії. Елементи ресурсного потенціалу. Форми економічного взаємозв'язку окремих елементів ресурсного потенціалу підприємства готельного господарства, туризму, громадського харчування та інших. Характер та особливості форм використання ресурсного потенціалу підприємств туристичної індустрії. Поняття виробничих потужностей підприємств туристичної індустрії та їх окремих підрозділів. Оцінка сукупного ресурсного потенціалу підприємства. Оптимальне співвідношення ресурсів окремих підрозділів підприємств туристичної індустрії. Оцінка ефективності використання економічних ресурсів: принципи, показники.

1.5. Матеріальні ресурси підприємств туристичної індустрії.

Суть і основні елементи матеріальних ресурсів підприємств туризму, їх характеристика. Матеріально-технічна база і основні фонди підприємств туризму: поняття, класифікація, склад. Показники забезпеченості основними фондами та ефективності їх використання в підприємствах туристичної індустрії, методика їх розрахунку. Виробнича потужність та пропускна спроможність підприємств туристичної індустрії. Особливості їх оцінки в підприємствах туризму.

1.6. Трудові ресурси підприємств туризму, ефективність їх використання.

Соціально-економічна суть і особливості праці у готельному господарстві

і туризмі. Суспільне значення праці робітників готельного господарства і туризму. Поняття та склад трудових ресурсів в підприємствах туристичної індустрії. Місце підприємств готельного господарства і туризму на ринку трудових ресурсів України. Класифікація трудових ресурсів готельного господарства і туризму. Показники оцінки трудових ресурсів підприємств туристичної індустрії. Ефективність та продуктивність праці робітників готельного господарства і туризму: поняття, критерії і показники оцінки. Критерії і показники оцінки ефективності використання трудових ресурсів. Фактори, що обумовлюють ефективність використання трудових ресурсів на підприємствах готельного господарства і туризму. Основні напрямки підвищення ефективності використання трудових ресурсів в сучасних умовах.

1.7. Фінансові ресурси підприємств туризму.

Зв'язок фінансів підприємств туризму з державним фінансовим механізмом, з державною фіскальною та кредитно-грошовою політикою. Методи впливу державного фінансового механізму на фінансову діяльність підприємств туристичної індустрії. Форми взаємозв'язку фінансової діяльності підприємств з окремими елементами фінансового ринку - кредитним ринком, ринком цінних паперів, валютним і страховим ринком.

Поняття фінансових ресурсів підприємств туризму. Поняття та склад майна підприємства. Особливості його формування в підприємствах з різними формами власності та організаційно-правовою формою діяльності.

Джерела та порядок формування основних і оборотних коштів підприємств туризму. Структура активів підприємств туристичної індустрії.

Фінансові (грошові) фонди підприємств. Порядок їх формування. Структура джерел формування фінансових ресурсів підприємств туристичної індустрії. Оптимізація їх розмірів.

1.8. Управління обсягом реалізації послуг в туристичних підприємствах. Суттєвість та структура обсягу пропозиції від реалізації послуг в підприємствах туризму. Поняття, характеристика та склад туристського продукту, його різновиди та особливості надання. Комплексність та структура послуг у складі туристського продукту. Показники оцінки обсягу наданих послуг в турагенствах і туроператорах, в бюро подорожей та екскурсбюро, інших. Порядок аналізу обсягу реалізації

туристичних послуг. Фактори, що впливають на обсяг реалізації послуг в туристичних підприємствах. Їх кількісна оцінка.

Методика планування обсягу реалізації туристичних послуг в цілому та окремих видів. Особливості формування виручки від реалізації турпродукту за іноземну валюту. Критерії управління обсягом реалізації послуг турпідприємств. Методи оперативного регулювання обсягу та структури реалізації послуг туризму. Визначення обсягу реалізації послуг туризму в критичних точках: беззбиткової діяльності, мінімальної і нормальної рентабельності.

1.9. Інвестиційна політика підприємств туризму.

Поняття інвестиційної діяльності підприємств туристичної індустрії. Методи її державного регулювання. Види інвестицій. Поняття інвестиційних ресурсів підприємств туристичної індустрії. Розробка стратегії формування інвестиційних ресурсів. Визначення потреби в інвестиційних ресурсах для здійснення реальних та фінансових інвестицій. Класифікація джерел формування інвестиційних ресурсів та їх оптимізація. Характеристика основних форм реальних інвестицій. Аналіз основних джерел фінансування інвестиційної діяльності підприємств туристичної індустрії: власні, позикові, бюджетні асигнування.

Порядок і етапи розробки плану інвестиційної діяльності підприємств туристичної індустрії. Суть та форми капіталовкладень підприємств. Приватизація підприємств туристичної індустрії як форма їх реальних інвестицій. Методи визначення вартості майна підприємств і підрозділів, що приватизуються. Особливості приватизації підприємств шляхом їх акціонування, викупу на конкурсній основі, аукціону. Оцінка економічної ефективності окремих способів приватизації підприємств готельного господарства і туризму та їх підрозділів.

1.10. Господарський ризик в підприємницькій діяльності та шляхи запобігання банкрутства.

Суть та основні види господарського ризику в діяльності підприємств туризму. Оцінка розміру господарського ризику і можливих фінансових втрат. Обґрунтування номінальної і реальної відсоткової ставки, визначення систематичного і несистематичного ризику, премії ринкового ризику.

Форми внутрішнього страхування господарського ризику та оцінка їх ефективності на підприємствах туризму. Особливості страхування цінового ризику та його сучасні форми (операції одержування, опціони та ін.)

Банкрутство підприємства: його суть та форми регулювання в Україні. Основні причини, що призводять до банкрутства підприємств готельного господарства і туризму. Санація підприємств та умови її проведення. Форми санації підприємств туризму, готельного господарства. Порядок та черговість задоволення претензій кредиторів при банкрутстві підприємств туристичної індустрії.

2. Організація туризму

2.1. Характеристика сутності організації туризму.

Сутність поняття “організація”. Організація як функція менеджменту. Сутність туризму. Особливості туризму як об’єкта управління. Сучасні підходи до визначення туризму. Статистичне визначення туризму. Визначення туризму за законодавством України. Місце і роль туризму в економіці країни. Переваги організованого туризму і перспективи його розвитку. Мета і завдання дисципліни “Організація туризму”.

2.2. Класифікація і функції туризму.

Понятійний апарат туризму. Існуюча система класифікації туризму. Соціальна, гуманітарна й економічна функції туризму. Туризм, як соціально-економічна система. Фактори, що впливають на розвиток туризму. Характеристика туристичних ресурсів України. Особливості туристичної діяльності в Україні. Перспективи розвитку туризму в Україні.

2.3. Міжнародне регулювання туристичної діяльності

Мета й основні завдання регулювання туристичної діяльності на міжнародному рівні. Міжнародні організації, які координують туристичну діяльність. Основні міжнародні документи, що регламентують туристичну діяльність. Міжнародні відносини України у сфері туризму.

2.4. Організація державного управління туристичною діяльністю в Україні.

Державні органи регулювання туристичної діяльності в Україні. Туристична політика в Україні та її основні положення. Основні законодавчі й нормативно-правові акти у сфері туризму, що діють в Україні. Основні важелі впливу держави на туристську діяльність. Сутність туристичних формальностей. Паспортно-візові формальності. Митні формальності. Валютні формальності. Страхові формальності. Права й обов’язки туристів.

2.5. Туристичне підприємство як суб’єкт господарювання, його основні цілі.

Загальна характеристика підприємства, мета його функціонування. Види підприємств. Поняття про зовнішнє і внутрішнє середовище підприємства. Напрями діяльності підприємств. Основні цілі створення і функціонування туристичних підприємств. Види туристичних підприємств та їх особливості. Принципи організації їх діяльності. Ресурсне забезпечення туристичного підприємства. Перспективи розвитку туристичних підприємств в Україні.

2.6. Організаційні засади створення туристичного підприємства.

Вибір організаційно-правової форми туристичного підприємства. Обґрунтування організаційної структури управління туристичним підприємством. Розробка засновницьких документів, державна реєстрація і організаційне оформлення туристичного підприємства. Характеристика засновницьких документів для туристичних підприємств. Основні вимоги до офісу й персоналу туристичного підприємства. Випадки і порядок ліквідації туристичного підприємства.

2.7. Характеристика основних технологічних процесів на туристичних підприємствах.

Поняття про технологію роботи підприємств і технологічні процеси. Технологічні аспекти формування туристичних послуг і доставки туристичного продукту до споживача. Організація обслуговування клієнтів туристичної фірми. Особливості організації спеціалізованих видів туризму. Основні проблеми організації спеціалізованих видів туризму. Правила організації і проведення заходів виставочної індустрії. Основні цілі й завдання участі туристичних підприємств у виставках.

2.8. Управління туристичним підприємством.

Планування роботи туристичного підприємства. Маркетингова діяльність й реалізація збутової політики туристичного підприємства. Організація рекламної діяльності туристичного підприємства. Управління персоналом на туристичному підприємстві. Фінансово-економічна робота на туристичному підприємстві. Організація обліку й звітності на туристичному підприємстві.

2.9. Ліцензування туристичної діяльності.

Необхідність і цілі ліцензування. Основні визначення з ліцензування. Нормативно-правова база ліцензування. Порядок оформлення ліцензій. Умови

ліцензування. Контроль за дотриманням ліцензійних умов.

2.10. Договірні відносини в туризмі.

Загальна характеристика договірної роботи. Вимоги до укладання договорів. Договірні відносини між туристичними підприємствами. Договірні відносини між туристичними підприємствами і підприємствами зовнішнього середовища. Договірні відносини між туристичними підприємствами і споживачами туристичних послуг. Характеристика договірних документів у галузі туризму.

2.11. Договірні відносини з готельним підприємством та підприємством харчування

Угода на квоту місць з гарантією завантаження 30-80%. Угода на квоту місць без гарантії заповнення. Угода про повне придбання місць з повною оплатою. Угода про поточне бронювання. Договір з підприємством харчування. Угода на квоту місць з гарантією завантаження 30-80%. Угода на квоту місць без гарантії заповнення. Угода про повне придбання місць з повною оплатою. Угода про поточне бронювання. Договір з підприємством харчування.

2.12. Туроперейтинг та агентський бізнес у туризмі.

Структура туристичної індустрії. Функції туроператорів, як суб'єктів туристичної індустрії. Поняття про концепцію генералізації турпродукту та його життєвий цикл. Параметричний опис складових якості турпродукту. Принципи та інструменти керування якістю турпродукту. Сутність і значення туристичного оператора. Функції туроператора. Організація агентського бізнесу. Види та форми агентської роботи. Форма збутової мережі туроператорів. Аквазіція туристів та основні методи продажу в туризмі.

2.13. Технологія створення туристичного продукту та формування його асортименту.

Структура основного технологічного процесу туристичної діяльності. Технологічні цикли. Технологічні операції. Основні вимоги, що висуваються до суб'єктів туристичної діяльності. Виробництво, просування, реалізація і споживання туристичних послуг. Технологія проектування туру. Технологія проектування програми перебування та програми обслуговування туристів. Основні принципи формування туристичних маршрутів.

2.14. Організація обслуговування клієнтів.

Технологія формування збутової мережі. Ринкові канали просування туристичного продукту. Не рекламні методи просування туристичного продукту. Основний технологічний цикл: технологія гостинності; технологія надання туристичних послуг; технологія туристичних процедур. Обслуговуючий технологічний цикл: інформаційні технології; технологія після продажного обслуговування; технологія ведення туристичної документації. Допоміжний технологічний цикл щодо процесу споживання туристичних послуг. Технологія після продажного обслуговування.

2.15. Технологія послуг розміщення.

Форми, види та типи засобів розміщення. Класифікація засобів розміщення за рівнем комфорту. Зарубіжний досвід класифікації засобів розміщення. Обслуговування в закладах розміщення туристів. Класифікація закладів розміщення. Національні системи класифікації готелів. Служба готелю їх функції. Організація прийому і розміщення клієнтів.

Технологія бронювання. Інформаційні технології. Замкнена і розімкнена технологія. Організація прийому і розміщення клієнтів. Національні системи класифікації готелів.

Організація прийому та розміщення клієнтів готельних підприємств. Клінінгові технології. Технології ведення білизняного господарства. Технологія використання засобів для миття та чищення. Характеристика клінінгових технологій. Технологія ведення білизняного господарства та технологія використання засобів для миття та чищення. Процес обслуговування.

2.16. Технологія послуг гостинності

Технологічна концепція гостинності. Гуманітарна концепція гостинності. Комерційна концепція гостинності. Поняття і сутність послуг гостинності. Класифікація і функціональна структура індустрії гостинності. Модель гостинності: «гість-послуга-середовище». Структура надання гостинних послуг. Концепції гостинності. Технологічний прогрес в індустрії гостинності.

2.17. Страхування у туризмі.

Сутність і основні поняття страхування. Загальна характеристика системи страхування. Сучасний стан страхового ринку України. Розвиток окремих видів страхування. Види страхування, що застосовуються в туризмі. Характеристика ризиків у туристській діяльності. Особливості прояву ризиків туристського підприємства. Ризики туристів. Місце страхування серед методів керування ризиками в туристській діяльності. Розробка програм страхування ризиків для туристського підприємства. Укладання

договорів між туристськими підприємствами страховими компаніями.
Ефективність страхування в туризмі

2.18. Стандарти туристичного обслуговування.

Структура та зміст Міждержавного стандарту ГОСТ 28681.1-95. «Проектування туристських послуг». Структура та зміст ДСТУ 4268:2003 Національного стандарту України «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги». Структура та зміст ДСТУ 4269:2003 Національного стандарту України «Послуги туристичні. Класифікація готелів». Загальні вимоги до умов ліцензування. Ліцензійні вимоги та умови провадження туристичної діяльності. Основні задачі сертифікації. Обов'язкова та добровільна сертифікація готельних послуг.

3. Маркетинг у туризмі

3.1. Суть маркетингу в туризмі. Поняття маркетингу. Маркетинг послуг. Туристичний бізнес. Курортний сервіс. Готельний сервіс. Маркетинг в туризмі. Поняття туристичного продукту. Причини появи туристичного маркетингу. Становлення та розвиток маркетингу в туризмі. Сучасні тенденції маркетингу туристичних підприємств. Функції маркетингу в туризмі. Функція встановлення контакту з клієнтами. Функція розвитку. Функція контролю. Умови застосування маркетингу в туризмі. Принципи туристичного маркетингу.

3.2. Туристичні потреби та попит. Туристичні потреби: мотиваційні, похідні та додаткові. Ієрархія потреб за А. Маслоу. Туристичний попит та чинники, що визначають його обсяг: ціна на тур продукт, ціна на послуги і товари субститути, доходи споживачів, вільний час, ментальний чинник, демографічний чинник. Ринок туристичних послуг. Поняття ринку туристичних послуг. Ознаки туристичного ринку. Види туристичних ринків. Міжнародний ринок туризму. Національний ринок туризму.

3.3. Територіальна структура туристичного ринку. Ринок споживача. Ринок виробника. Експурсійний пункт. Туристсько-експурсійний центр. Туристично-рекреаційний вузол. Курорт. Курортна місцевість. Курортний район. Курортна зона. Територіальний рекреаційний комплекс (ТРК). Умови та можливості виходу фірми на туристичний ринок. Сегментація ринку в туризмі. Сегментація туристичного ринку. Переваги сегментації. Методи сегментації туристичного ринку. Географічний метод. Соціодемографічний метод. Психо-графічний метод. Сегментація WTO. Система "Євростиль". Сегментація Г. Гана. Відбір цільових сегментів. Недиференційований, диференційований та концен-трований маркетинг. Поняття позиціонування туристичного продукту. Способи позиціонування туристичного продукту. Репозиціонування. Стратегії репозиціонування турпродукту.

3.4. Туристичний продукт.

Туристичний продукт. Туристична послуга. Основні туристичні послуги. Додаткові послуги. Супутні послуги. Товари спеціального призначення. Різні підходи до визначення туристичного продукту. Вимоги до туристичного продукту. Структура туристичного продукту. Потенційний продукт. Політика тур-продукту. Класифікація турів. Курортно-лікувальні,

рекреаційні, культурно-пізнавальні, спортивні, ділові, наукові (конгресні), релігійні, етнічні, індивідуальні (інклюзив-тури), групові, комплексні (пекидж-тури), організовані; самодіяльні, цілорічні, сезонні, короткострокові, середньострокові, довгострокові, V.I.P.-тури, люкс-апартамент, люкс-тури, тури першого класу, туристичного класу, кемпінг. Повний пансіон, напівпансіон, ліжко-сніданок. Лінійні, кільцеві, транспортні, пішохідні, наземні, водні, повітряні, внутрішні, міжнародні. тури.

3.5. Життєвий цикл туристичного продукту. Фаза впровадження. Фаза розвитку. Фаза зрілості. Фаза старіння. Чинники перебігу фаз життєвого циклу туристичного продукту. Продуктова стратегія туристичного підприємства.

3.6. Цінова політика туристичних підприємств. Поняття ціни. Особливості цін в туризмі. Цінова політика та її етапи. Цілі ціноутворення в туризмі.

Максимізація прибутку. Лідерство в якості. Лідерство на ринку. Утримання ринкових позицій. Фактори ціноутворення. Внутрішні та зовнішні фактори. Методи ціноутворення. Ціноутворення на основі витрат. Ціноутворення з орієнтацією на рівень конкуренції. Ціноутворення з орієнтацією на туристичний попит. Цінова стратегія. Стратегія зняття вершків (високих цін). Стратегія про-никнення на ринок. Ефект досвіду. Стратегія престижних цін. Стратегія сліду-вання за лідером. Стратегія сповзаючої ціни. Стратегія ціни сегменту ринку. Стратегія цінних маніпуляцій. Вибір цінової стратегії.

3.7. Маркетингова збутові канали туристичного підприємства. Маркетингова збутова стратегія. Етапи розробки збутової стратегії. Поняття каналу збуту. Рівні каналу збуту туристичного продукту. Вертикальні маркетингові системи (ВМС). Корпоративні ВМС. Договірні ВМС. Агентська угода. Ліцензійна угода. Франчайзинг. Керовані ВМС. Горизонтальна маркетингова система. Критерії вибору посередників для збуту. Інтенсивний розподіл. Ексклюзивний розподіл. Селективний розподіл. Агент. Названий принципал. Неназваний принципал. Нерозкритий принципал.

3.8. Маркетингові комунікаційні системи в туризмі.

Маркетингові комунікації в туризмі. Складові маркетингової комунікації. Нерекламні методи просування турпродукту. Стимулювання збуту. Етапи стимулювання. Розробка програми стимулювання збуту. Засоби стимулювання споживачів (туристів). Засоби стимулювання роздрібних турагентів. Аналіз результатів стимулювання. Пропаганда. Паблік рилейшнз. Пабліситі. Цілі туристичної пропаганди. Напрямки туристичної пропаганди. Встановлення контактів із засобами масової інформації. Інформаційний пакет. Прес-конференція. Прес-реліз. Зв'язки з цільовими аудиторіями. Особисті продажі туристичного продукту. Прямий маркетинг. Процес особистих продаж. Стадії особистої продажі. Прийом клієнта та встановлення контакту. Виявлення потреб клієнта. Представлення продукту.

4. Менеджмент у туризмі

4.1. Основні поняття і управлінські категорії туризму

Поняття «туризм». Базові критерії туризму: зміна місця, перебування у іншому місці, оплата праці. Типи туристів. Ознаки класифікації туристів. Види туризму. Форми туризму. Туристська інфраструктура (обумовлена розвитком туризму і власне-туристська: транспортні засоби, споруди для розміщення і змісту, для надання посередницьких послуг). Туристська інфраструктура: готелі і підприємства живлення.

4.2. Основні етапи розвитку менеджменту.

Умови і передумови виникнення менеджменту в туризмі. Характеристика основних епох розвитку менеджменту в туризмі. Основні школи і концепції менеджменту. Школа наукового управління. Адміністративна (класична) школа. Школа людських відносин. Кількісна школа.

4.3. Особливості туризму як об'єкту управління.

Особливості трудових відносин в туризмі: система «людина-людина». Великі розміри туристської індустрії і складність взаємозв'язків між її складовими елементами, як особливість туризму.

4.4. Система і структура управління туризмом.

Система управління туризмом. Суб'єкт і об'єкт управління. Зовнішнє середовище системи «туризм». Взаємозв'язок системи «туризм» і зовнішнього середовища (суспільне оточення): економіка, екологія, соціальний світ, політика, технології. Економічні функції туризму. М'який туризм. Основні елементи миру політики, що так чи інакше впливають на туризм. Туристські регіони, організації і підприємства. Туристський регіон як об'єкт управління. Туристський регіон як конкурентна одиниця. Туристський регіон як система управління. Сфера діяльності туристського регіону. Розподіл завдань між представниками туристських послуг в туристському регіоні. Вимоги регіональної туристської організації що пред'являються до нижче- і вищестоящої організації. Розподіл обов'язку і відповідальності між різними рівнями туристських організацій.

Ознаки відмінності туристських підприємств. Структура управління туризмом. Поняття структури управління, рівні управління. Ланки управління. Зв'язки в системі управління туризмом: вертикальні і горизонтальні. Розподіл праці. Типи організаційних структур управління туризмом. Лінійна, функціональна і лінійно-функціональна оргструктури. Формальна і неформальна структура організації. Проектування організаційних структур управління туризмом.

4.5. Функції і принципи управління туризмом.

Суть і взаємозв'язок функцій управління. Характеристика основних функцій управління туризмом. Функція планування. Типи планів. Стратегічне і тактичне планування. Принципи планування. Функція організації. Принципи використовувани при виконанні функції «організація». Функція мотивації. Сучасні теорії мотивації. Змістовні теорії мотивації. Ієрархія потреб, по Маслоу. Теорія потреб Мак Клеlland. Теорія, двохчинника Герцберга.

Процесуальні теорії мотивації. Функція контролю. Технологія контролю. Вимоги - критерії контролю. Види контролю. Принципи управління туризмом і їх характеристика.

4.6. Методи управління туризмом.

Система методів управління і їх взаємозв'язок. Організаційно-адміністративні методи менеджменту. Економічні методи управління туризмом, їх відмінність від організаційно-адміністративних методів управління. Соціально-психологічні методи менеджменту.

4.7. Управління персоналом.

Роль управлінських кадрів в забезпеченні ефективності менеджменту в туризмі. Організація діяльності кадрових служб. Чинники, що враховуються при рішенні питань менеджменту персоналом. Завдання кадрових служб в системі «туризм» Відбір персоналу. процес (технологія) відбору персоналу. Планування потреби кадрів в туризмі. Ринки робочої сили і їх характеристика. Критерії оцінки співробітників турфірм. Методики оцінки. Особисті і технічні, засоби оцінки персоналу. Експертна оцінка персоналу. Підвищення кваліфікації туристських кадрів. Цілі підвищення кваліфікації. Форми навчання дорослих.

4.8. Організація праці менеджера турфірми.

Характер, зміст і особливості управлінської праці. Основні напрями раціональної організації праці менеджера турфірми. Принципи раціональної організації праці. Розділення і кооперація праці. Департаменталізація - як процес розподілу видів діяльності і ресурсів в логічні виробничі одиниці. Департаменталізація функціональна, по продукту, по споживачах, географічному положенні і часі. Управління трудовими процесами за допомогою змагальності. Технічне забезпечення і механізація праці. Створення сприятливих умов праці.

Вимоги до організації робочих місць менеджера турфірми. Комплексний план раціональної організації праці менеджера турфірми. Культура управлінської праці. Основні елементи культури управлінської праці, їх характеристика.

4.9. Управлінські рішення.

Зміст і види управлінських рішень. Критерії класифікації управлінських рішень. Підходи до ухвалення рішень в туризмі. Процес ухвалення рішень. Методи ухвалення рішень, їх характеристика. Індивідуальні стилі ухвалення рішень в туризмі. Умови ефективності управлінських рішень в туризмі. Чинники ефективності рішень. Вимоги, що пред'являються до управлінських рішень. Організація і контроль виконання управлінських рішень. Функції контролю виконання рішень менеджера туристської організації.

4.10. Особа, влада і авторитет менеджера туристської фірми

Вимоги до менеджера. Концепція обмежень, її суть. Влада і особистий вплив. Делегування повноважень. Форми влади. Модель впливу керівника на підлеглого. Способи впливу на підлеглих. Характеристика основних характерів

і темпераментів особи менеджера. Авторитет менеджера. Авторитет, як система. Різновиди помилкового авторитету.

4.11. Стиль керівництва туристською фірмою.

Поняття і характеристика стилів керівництва. Управлінські грати ГРІД. Характеристика основних і додаткових стилів управління. Поведінкові елементи. Характеристика дій менеджера туризму в системі ГРІД.

4.12. Управління конфліктами і стресами.

Природа конфлікту. Функціональний і дисфункціональний конфлікт. Типи конфліктів. Причини конфліктів в туризмі. Методи вирішення конфліктів. Дії менеджера при вирішенні конфліктів. Управління конфліктами. Стратегії поведінки менеджера тур. фірми при вирішенні міжособових конфліктів. Природа і причини стресу. Модель стресової реакції. Типові симптоми і чинники, що викликають стрес.

4.13. Мистецтво спілкування і ділові переговори.

Спілкування – основна форма людського буття. Модель процесу спілкування. Форми спілкування. Організація спілкування. Мета спілкування. Підготовка до спілкування. Місце спілкування. Визначення стратегії і тактики спілкування. Процес спілкування. Ділова нарада. Ділові переговори. Модель проведення ділових переговорів. Підготовка, проведення, рішення проблеми, аналіз підсумків переговорів. Методи проведення переговорів: варіаційний метод, метод інтеграції, метод урівноваження, компромісний метод. Умови ефективності переговорів.

4.14. Ефективність менеджменту туризму.

Поняття і зміст ефективності управління туризмом. Економічна ефективність менеджменту туризму. Характеристика витрат відвідувачів в країні перебування. Вимірювання економічної ефективності туризму. Визначення витрат, пов'язаних з туризмом, прямі і непрямі витрати. Соціальна ефективність менеджменту туризму. Формування ефективної оргструктури туризму. Ефективність управлінських рішень. Ефективність управління персоналом.

3. Вимоги до здібностей і підготовленості абітурієнтів

Цілі письмового тестування з фахових дисциплін: перевірити відповідність знань, вмінь та навичок вступників вимогам навчальних програм; оцінити рівень підготовленості абітурієнтів до подальшого навчання в університеті.

Мета та завдання вивчення фахових дисциплін полягає у виявленні рівня підготовки абітурієнта, володіння професійними знаннями для опанування освітнього ступеня «магістр» спеціальності 242 «Туризм і рекреація».

Загальні вимоги:

– вступник повинен знати основні програмні положення з фахових дисциплін: «Економіка туризму», «Організація туризму» «Маркетинг у туризмі», «Менеджмент у туризмі».

- вміти застосовувати вивчений теоретичний матеріал та практичні

навички під час виконання тестових завдань.

4. Порядок проведення фахового вступного

Випробування програма вступного випробування побудована у відповідності до освітнього ступеня «Магістр» за освітньо-професійною програмою «Туризм» зі спеціальності 242 Туризм і рекреація, з урахуванням фахових базових знань та вмінь освітнього ступеня «Бакалавр», «Спеціаліст», «Магістр». Вступні білети побудовані у формі тестових завдань на базі навчальних дисциплін.

5. Структура екзаменаційного білета

Білет письмового тестування з фахових дисциплін складається з 20 закритих тестових завдань. Вступнику потрібно обрати одну правильну (найбільш повну) відповідь.

- Якщо відповідь на тест надана правильно, то виставляється максимальний бал (4 бали).
- Якщо відповідь на тестові завдання є неправильною, то виставляється 0 балів.
- Загальна кількість балів, яку може набрати абітурієнт - 200.
- Мінімальна сума балів з випробування дорівнює 124

Назва дисципліни	Кількість тестів та завдань
Економіка туризму	7
Організація туризму	7
Маркетинг у туризмі	7
Менеджмент у туризмі	7
Розрахунково-аналітичне завдання	30

6. Критерії оцінювання фахового вступного випробування

Критерії оцінювання вступного фахового випробування для здобуття ступеня «Магістр» на основі освітнього ступеня «Спеціаліст», «Магістр» за спеціальністю 241 Готельно-ресторанна справа наведено нижче:

Критерії оцінки результатів тестування

Завдання	Бали
Тестове запитання (1-20)	По 7 балів за кожне
Розрахунково-аналітичне завдання	30 балів за кожне
Максимальна сума - 200 балів	

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ВСТУПНИХ ФАХОВИХ ВИПРОБУВАНЬ

Бали	Оцінка
------	--------

175-200	ВІДМІННО
150-174	ДУЖЕ ДОБРЕ
125-149	ДОБРЕ
100-124	ЗАДОВІЛЬНО
0-99	НЕЗАДОВІЛЬНО

7. Рекомендована література

Дисципліна «Економіка туризму»

1. Алієва А. Ю. Формування стратегічних пріоритетів сталого розвитку туристично-рекреаційної сфери на засадах інклюзивного зростання. *Економічний форум*. 2020. № 3. С. 44-51.
2. Головня О.М. Перспективи сфери туризму як фактора соціально-економічного зростання Вінницької області. *Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2017. № 10. С. 69-78.
3. Головня О.М. Соціально-економічні детермінанти розвитку міжнародного туризму та трудової міграції. *Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2020. № 2. С.39-52.
4. Головня О.М. Туристично-рекреаційна сфера Вінницької області як передумова формування соціально-орієнтованої економіки. *Економіка, фінанси, право*. 2017. № 7. С. 41-43.
5. Головня О.М., Ставська Ю.В. Міжнародний туризм. Навчальний посібник, Вінниця: ТОВ «Друк», 2020. 313 с.
6. Дребот О. І. Еколого-економічна оцінка рекреаційно-туристичного природокористування. *Агроекологічний журнал*. 2020. № 1. С. 140-148.

Дисципліни «Організація туризму»

1. Калетнік Г. М., Мазур А. Г. Науково-теоретичні засади формування та розвитку людського капіталу в сільських територіях. *Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2016. № 10. С. 7–25.
2. Колос З. В., Підлужна О. Б. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону. *Вісник ХНАУ. Серія : Економічні науки*. 2019. № 2. С. 107-114.
3. Маркетингові інновації в освіті, туризмі, готельно-ресторанній, харчовій індустрії та торгівлі: колективна монографія / за заг. ред. Н. Л. Савицької. Харків: Видавництво Іванченка І. С., 2018. 175 с.
4. Масляк П. О. *Теоретичні аспекти територіальної організації соціального простору. Географія та туризм*. 2014. Вип. 31. С. 118-127.
5. Негода Г. А. Аналіз стану і перспектив розвитку туризму в Україні. *Часопис економічних реформ*. 2014. № 2. С. 142-151.

6. Нездоймінов С.Г. Формування кластерної стратегії розвитку підприємництва в регіональному туристично-рекреаційному комплексі.

7. Немець Л. М. Туристсько-рекреаційні ресурси світу : навчально-методичний посібник. Харків. ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2015. 102 с.

Дисципліна «Маркетинг у туризмі»

1. Мальська М. П. Основи маркетингу у туризмі підручник. К.: «Центр учбової літератури», 2016. 336 с.

2. Маркетинг у туризмі : навч. посіб. Ю. Б. Забалдіна, Н. О. Роскладка, В. В. Білик, Т. П. Дупляк. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. – 632 с.

3. Маркетингові інновації в освіті, туризмі, готельно-ресторанній, харчовій індустрії та торгівлі : колект. монографія / L. Yancheva, N. Savytska, N. Ushakova, T. Shtal, A. Vorysova; ред.: Н. Л. Савицька; Харків. держ. ун-т харчування та торгівлі. - Харків : Вид-во Іванченка І. С., 2018. 174 с.

4. Менеджмент і маркетинг туризму: Навч. посібник / [Афонченкова Т. М., Булюк О. В., Масенко Б.П., Панченко, Ю.В., Федотова Н.В.]; за ред. О.Є.Лугініна. - К.: Видавництво Ліра-К, 2016. 364 с.

5. Регіональна маркетингова політика у галузі туризму : монографія / М. М. Біль, С. В. Васильчак, О. М. Вітер, Л. І. Гальків, С. С. Гринкевич; Львів. ін-т економіки і туризму. Львів : Растр-7, 2017. 233 с

6. Цвілий С.М., Т.С. Кукліна, В.М. Зайцева. Маркетинг в туризмі: Навчальний посібник. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. 260 с.

Дисципліна «Менеджмент у туризмі»

1. Андренко І.Б., Кравець О.М., Писаревський І.М. Менеджмент туризму : навч. посіб. для студентів ВНЗ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ, 2014. 402 с.

2. Бліхар В. Верескля М. Офіс-менеджмент : навч.-метод. посіб. Львів : Львівський держ. ун-т внутр. справ, 2021. 348 с.

3. Зуб О. Формула продуктивності: понад 100 прийомів, методів, технік та інших фішок із тайм-менеджменту, самомотивації, а також персональної продуктивності. Дрогобич : Коло , 2020. 136 с.

4. Писаревський І.М., Нохріна Л.А., Александрова С.А. Менеджмент організацій сектора туризму : навч. посіб. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. - Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. 310 с.

5. Стадник В.В., Гризовська Л.О. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посіб. Хмельницький : ХНУ, 2020. 355 с.

ДОДАТОК А

Зразок виконання екзаменаційного завдання

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВІННИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет економіки, інформаційних технологій та сфери обслуговування

ЗАТВЕРДЖУЮ

Ректор

_____ Віктор Мазур

« ____ » _____ 2024 р.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

для здобуття ступеня магістра
за спеціальністю 242 «Туризм і рекреація»

Варіант №

1. Тестові завдання (5 тестів з дисципліни «Економіка туризму»)

1. Особливий вид людської діяльності, який спрямований на задоволення потреб клієнта, шляхом надання послуг – це:

1. матеріально-перетворююча діяльність;
2. надання послуг;
3. ідеальна послуга;
4. немає правильної відповіді.

2. Які форми людської діяльності покладено в основу будь-якої класифікації сервісу?

1. матеріально-перетворююча, пізнавальна, ціннісно-орієнтована;

2. пізнавальна, ціннісно-орієнтована, комунікативна;
3. матеріально-перетворююча, пізнавальна, ціннісно-орієнтована, комунікативна;
4. всі відповіді вірні.

3. Сервіс в ціннісно-орієнтованій формі діяльності не проявляється через:

1. медичні послуги;
2. іміджмейкерські послуги;
3. рекламу
4. всі відповіді вірні.

4. Комунікативна форма діяльності – це:

1. встановлення цінності окремих явищ для людини;
2. організація спілкування між окремими людьми чи органами;
3. зміна людиною природних речей, суспільства та самого організму людини;
4. немає правильної відповіді.

5. Скільки існує типів послуг?

1. 4;
2. 3;
3. 5;
4. 2.

2. Тестові завдання (5 тестів з дисципліни «Організація туризму»)

1. Яке з наведених нижче визначень терміну "Туризм" дано в Законі України

"Про

туризм"?

1. туризм – тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання з оздоровлювальною, пізнавальною або професійно-діловою метою без заняття оплачуваною діяльністю;
2. туризм – загальне поняття для всіх форм тимчасового виїзду людей з місця постійного проживання для задоволення пізнавальних інтересів в вільний час;
3. туризм – один з видів активного відпочинку, що являє собою подорожі, які вчиняються з метою пізнання тих або інших районів, нових країн.
4. немає вірної відповіді.

2. Який орган реалізує державну туристичну політику України?

1. Міністерство освіти та науки молоді та спорту;
2. державна туристична адміністрація України;
3. національна Рада з туризму;
4. Державний комітет з курортів і туризму України.

3. Яке з наведених нижче визначень відповідає терміну "ліцензія на здійснення

туристської діяльності", наведене в Законі України "Про туризм"?

1. спеціальний дозвіл, що підтверджує право його власника на здійснення відповідного виду або комплексу видів діяльності;
2. документ, що видається на певний відрізок часу і дозвіл, що містить визначальні умови заняття тим або іншим видом діяльності;

3. документ, що підтверджує якість туристських послуг і їхню відповідність конкретному стандарту або іншому нормативному документу;
4. усі відповіді вірні.

4. Якій істотній ознаці відповідають перераховані нижче види туризму: пізнавальний, лікувально-оздоровчий, діловий, промисловий, конгресний, релігійний, навчальний,

екологічний, пригодницький?

1. функціональне спрямування (мета подорожі);
2. направлення потоків туристів;
3. основне заняття;
4. за способом пересування.

5. В чому полягає задача вибору найкращого туристського маршруту?

1. забезпечення найбільшої безпеки і вигоди учасників маршруту;
2. відвідання всіх намічених пунктів з найменшими витратами;
3. комфорт в обслуговуванні;
4. усі відповіді вірні.

3. Тестові завдання (5 тестів з дисципліни «Маркетинг»)

1. Що є основним у визначенні суті маркетингу для підприємств туристичної індустрії?

1. збут товарів;
2. зниження витрат виробництва;
3. підвищення якості життя;
4. задоволення потреб споживачів.

2. Яка з орієнтацій комерційної діяльності туристичних підприємств відповідає сучасній концепції маркетингу?

1. товарна орієнтація;
2. виробнича орієнтація;
3. збутова орієнтація;
4. орієнтація на споживача, суспільство в цілому.

3. Об'єктами маркетингу у туризмі є:

1. послуги;
2. фірми;
3. люди, ідеї;
4. усі відповіді правильні.

4. Мета маркетингової діяльності підприємства туристичного бізнесу полягає у:

1. якнайскорішому погашенні кредитів;
2. забезпеченні ефективності інвестицій;
3. якнайповнішому та ефективному задоволенні запитів клієнтури ринку;
4. виконанні заявленої у реєстраційних документах програми підприємства.

5. Які функції маркетингу у туристичній індустрії?

1. орієнтація на комерційний успіх;
2. стимулювання збуту;

3. цінова політика;
4. комплексний аналіз зовнішнього середовища.

4. Тестові завдання (5 тестів з дисципліни «Менеджмент»)

1. Як слід розуміти термін «менеджмент»?

1. як влада та мистецтво керування;
2. як спосіб, манера спілкування з людьми;
3. як процес та сукупність загальних функцій управління;
4. всі вищезазначені відповіді вірні.

2. Як слід розуміти функцію мотивації?

1. спонукання себе до ефективної діяльності;
2. процес досягнення поставлених перед організацією цілей;
3. процес спонукання себе та інших до ефективної діяльності і досягнення поставлених перед організацією цілей;
4. процес досягнення поставлених перед адміністрацією цілей.

3. Яка з організаційних структур управління вимагає від керівника наявності значних знань за всіма функціями управління?

1. лінійна;
2. лінійно-функціональна;
3. програмно-цільова;
4. дивізійна.

4. Що створює структуру управління організацією?

1. сукупність лінійних та функціональних служб;
2. сукупність функціональних служб;
3. сукупність лінійних органів управління;
4. сукупність технічних служб.

5. На чому базуються принципи менеджменту?

1. на положеннях про підрозділи;
2. на законах, які діють в Україні;
3. на законах розвитку суспільства і закономірностях управління

Розрахунково-аналітичні завдання

Завдання 1.

Турист має бажання здійснити пізнавальну подорож до Єгипту. Туристичний оператор, розробляючи для даного туриста тур включив до туристичного пакета вартість перельотів до Хургади та у зворотному напрямі, трансферні витрати, вартість екскурсій по визначних місцях країни; вартість послуг розміщення. Турист заздалегідь забронював туристичний пакет, а також застрахував себе та своє майно. Окрім того, турист відвідав пляж та займався дайвінгом. Визначте туристичні послуги, які формують ядро туристичного продукту, реальний та розширений туристичний продукт.

Завдання 2.

Туристичне підприємство «Валіза-тур» планує взяти участь у регіональній виставці, присвяченій розвитку внутрішнього туризму в Україні. Фактичний товарообіг за місяць до виставки становив 480 тис. грн. Через місяць після виставки - 560 тис. грн. На проведення заходів, пов'язаних з виставкою, було витрачено 2700 грн. Торгова надбавка дорівнює 18,5%. Торговельне підприємство має один вихідний день на тиждень.

Визначити ефективність виставки продажів.

Шкала оцінювання за 200-бальною шкалою (від 0 до 200 балів)

кожне тестове запитання 7 балів, кожне розрахунково-аналітичне завдання 30 балів.

ДОДАТОК Б

Зразок виконання екзаменаційного завдання

(прізвище, ім'я, по-батькові)

ВАРІАНТ №

Номер завдання	Відповіді
1	
2	
3	
...	
20	

_____ 202__ р.

(дата)

(підпис студента)

