

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ МИХАЙЛА ДРАГОМАНОВА  
ФАКУЛЬТЕТ ПРИРОДНИЧИЙ**

**КАФЕДРА ТУРИЗМУ**

«ЗАТВЕРДЖЕНО»  
на засіданні кафедри туризму  
протокол №3 від «26» жовтня 2023 р.

**ПРОГРАМА  
КОМПЛЕКСНОГО КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ**

Спеціальність	242 Туризм і рекреація
Освітній рівень	другий (магістерський)
Освітня програма	242 Туризм і рекреація
Форма навчання	денна та заочна

**Київ 2024**

## ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Підготовка фахівців спеціальності 242 Туризм і рекреація за освітньою програмою 242 Туризм і рекреація заснована на поєднанні навчальних дисциплін, які спрямовані на підготовку компетентного конкурентоспроможного менеджера з туризму, здатного на високому професійному рівні виконувати свої обов'язки у професійній діяльності. Актуальним у процесі підготовки майбутніх спеціалістів у сфері туризму є дотримання співвідношення теоретичного та практичного компонентів, що передбачає формування знань, умінь та навичок та проявляється у багатьох аспектах професійної діяльності. Професійна підготовка майбутніх менеджерів з туризму другого (магістерського) рівня вищої освіти вимагає сформованості загальних та фахових компетентностей, які забезпечуватимуть успішність майбутньої професійної діяльності, професійного мислення, роботи в команді.

Отримання другого (магістерського) освітнього рівня за спеціальністю 242 Туризм і рекреація ґрунтується на знаннях із дисциплін, спрямованих на формування загальних компетентностей та дисциплін, спрямованих на формування фахових компетентностей професійно-практичної підготовки відповідно до навчального плану. Питання комплексного екзамену зі спеціальності відповідають змісту робочих програм навчальних дисциплін, які виносяться на підсумкову атестацію. На комплексний екзамен виносяться зміст наступних навчальних дисциплін:

- Управління туристичним підприємством
- Туризмологія
- Рекламний маркетинг
- Концепція сталого розвитку у туризмі
- Велнестуризм
- Круїзний туризм
- Туристична політика та управління регіональним розвитком туризму
- Іміджіологія у туризмі
- Курортологія
- Міжнародна логістика в туризмі
- Іноваційний менеджмент в туризмі

## **УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ**

### **Класифікація туристичних підприємств.**

Класифікація видів підприємств туристичної індустрії. Основні функції, методи, Функціонування туристичних підприємств та їх види. Ключові фактори успіху туристичного підприємства. Визначення основних суб'єктів туристичної діяльності : туристичний оператор, туристичне агентство, екскурсійне бюро, туристський клуб, туристсько-краєзнавчий гурток, туристсько-краєзнавчий клуб, туристська секція. Класифікація підприємств за ступенем домінування на ринку. Класифікація туристичних підприємств залежно від стратегії.

### **Системи управління і регулювання туристською діяльністю в Україні**

Організаційна структура управління туризмом. Функції системи управління туристською діяльністю. Туристська політика і структура управління туристською діяльністю. Елементи структури – служби, ланки, задіяні в діяльності туристичних підприємств. Державне регулювання туристичного бізнесу в Україні. Принципи і цілі державного регулювання туристичної діяльності в Україні. Державні органи регулювання туризму в Україні. Нормативно-правова база туристичної діяльності. Ліцензування туристичних послуг. Сертифікація послуг готелів і послуг харчування. Права і обов'язки сторін туристичної діяльності.

### **Форми управління туристичними підприємствами.**

Управління за контрактом. Управління через договір франчайзингу. Умови оренди туристичного підприємства. Умови управління за контрактом позитивні і негативні чинники. Умови договору франчайзингу позитивні і негативні чинники. Франчайздевець (франчайзі), франшизоотримувач. Найбільш поширена форма управління готелями – готельні ланцюги. Умови створення готельних ланцюгів, правила вступу до готельного ланцюга, права користування відомою торговою маркою. Незалежні готельні підприємства. Договір на оренду.

### **Принципи управління туристичним підприємством.**

Основні законодавчі документи та акти, на яких будується діяльність туристичних підприємств. Планування діяльністю готельного підприємства (бізнес - план); Управління підприємством – єдине та централізоване керівництво у поєднанні з само утворенням трудового колективу. Принципи управління туристичним підприємством. Елементи зовнішнього та внутрішнього середовища. Організаційна структура туристичного підприємства: лінійна, функціональна, лінійно- функціональна, матрична, дивізіональна. Експлуатаційно- технологічна документація.

### **Комунікації туристичного підприємства.**

Комунікаційна система всередині підприємства. Інформація як матеріал комунікації та її види. Чинники виникнення якісно нової комунікаційної системи. Комунікації – процеси зв'язки працівників та організацій. Вдосконалення процесу комунікацій туристичного підприємства. Внутрішні комунікації підприємства, їх особливості. Комунікації між організацією та зовнішнім середовищем основні показники.

### **Організація туристичного товарообігу.**

Забезпечення стабільного туристичного товарообігу. Створення комплексного (пакетного) туристичного продукту. Вплив каналів розподілу на вибір ефективного туристичного товарообігу. Рівені каналів розподілу: інтенсивний; ексклюзивний; селективний. Шляхи підвищення ефективності управління товарно-матеріальними ресурсами готелів. Менеджмент якості туристичного продукту.

### **Особливості кадрової політики туристичного підприємства.**

Роль кадрового планування. Функції кадрової служби. Фактори якості кадрової політики. Розвиток персоналу. Організація праці персоналу. Посадові інструкції, планування роботи персоналу. Сучасна концепція кадрових служб. Кадрові служби організацій; їх завдання та функції. Методологія менеджменту персоналу організації. Предмет, завдання і зміст управління персоналом, практична реалізація. Принципи

управління персоналом. Концепції управління персоналом. Натуралістичний і діяльнісний методологічні підходи в управлінні персоналом. Системний підхід в управлінні персоналом. Взаємозв'язок і взаємозалежність системи управління і цілей організації, відповідність системи управління меті організації.

#### **Організаційно-адміністративні методи управління.**

Три основні групи організаційно-адміністративних методів – регламентуючі, розпорядчі та дисциплінарного впливу. Регламентуючі методи: нормування, регламентування, інструктування. Розпорядчі методи: поточне розпорядництво, вказівки, накази, роз'яснення. Дисциплінарного впливу: особиста відповідальність, колективна відповідальність, матеріальна відповідальність, моральна відповідальність. Три типи системи підлеглості. Аналіз змісту управління підприємствами – постановка завдання, визначення критеріїв його завдання, встановлення рівня відповідальності, інструктування.

#### **Соціально – психологічні методи управління.**

Принципи психологічної сумісності – суттєва умова створення й розвитку трудових комплексів. Сукупність специфічних способів впливу на відносини й зв'язки в трудових колективах. Формування в колективи позитивного соціального її психологічного клімату. Соціально – психологічні методи : методи соціального впливу, методи психологічного впливу. Психологічні методи впливу: метод формування та розвитку первинних колективів; гуманізацію праці (дизайн робочих місць, застосування положень ергономіки, впровадження сучасного технічного обладнання); психологічну мотивацію; психологічні методи відбору й навчання працівників; формування оптимального психологічного клімату колективу.

#### **Управлінські рішення в менеджменті туристичних підприємств.**

Зміст і види управлінських рішень, обґрунтованість, своєчасність прийняття. Організаційне рішення. Прийняття, реалізація та контроль за виконанням рішень. Стили прийняття управлінських рішень і ефективність їх виконання. Класифікація управлінських рішень. За функціональним змістом: планові, організаційні, контролюючі, прогнозуючі. За характером вирішуваних завдань : економічні, організаційні, технологічні, технічні, екологічні та ін. За рівнем ієрархії управлінські рішення бувають вищого, середнього та нижчого рівнів. Залежно від організації розробки рішень: одноосібні, колегіальні й колективні, за характером цілей поточні, тактичні, стратегічні. За причиною виникнення : ситуаційні (пов'язані з характером обставин), за розпорядженням вищого керівництва, програмні (пов'язані з включенням об'єкта управління до структури програмно-цілевих заходів), ініціативні (пов'язані з виявом ініціативи виробництва додаткових видів послуг чи нових видів кулінарної продукції), епізодичні й періодичні (наприклад, обслуговування непередбачуваних груп туристів).

#### **Управління якістю туризму.**

Якість туристичного продукту. Поняття і чинники, які формують якість туристичних послуг. Підходи до вимірювання показників якості туристичних послуг. Ринкові аспекти якості туристичних послуг. Вимоги щодо якості окремих груп туристичних підприємств. Способи й методи оцінки якості у туристичному підприємстві. Умови якісного сервісу в туризмі. Комфорт як ключовий інструмент у створенні якісного тур продукту. Види комфорту: економічний, інформаційний, побутовий, естетичний, психологічний. Управління якістю сервісного забезпечення тур продукту.

## **ТУРИЗМОЛОГІЯ**

### **Туризмологія як соціогуманітарна наука.**

Основні параметри теорії 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.

### **Становлення 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”. Перший період – доіндустріальний – два накопичення знань про туризм та їх раціональне узагальнення. Другий період (два етапи) – індустріальний – виникнення наукових знань про туризм (два етапи); перший етап (друга половина XIX ст.) – створення туризмологічних моделей розвитку туризму, розробка туристичної термінології; другий етап (з початку XX ст.) – виникнення національних туризмознавчих шкіл: австрійської, німецької, англійської, датської, швейцарської, французької, американської, польської, болгарської, колишньої Югославії (белградська школа) – початок створення теорії туризму. Заснування міжнародних, наукових і громадських організацій: Міжнародна академія туризму; Міжнародний центр по вивченню проблем туризму, Всесвітня туристська організація та інші. Українська туризмологічна школа.

### **Теоретико-методологічні складові туризмології.**

Понятійний апарат туризмології, її тезаурус. Сутність системоформуючих категорій туризмології: „подорож”, „подорожуючий”, „дестинація рекреаційні ресурси”, „туристський продукт”, „тур” та ін. Принципи, методи та функції туризмології. Туризмологічна проблемологія. Туризм як чинник сталого розвитку суспільства. Складові туризмологічного знання.

### **Філософія туризму як методологічна і концептуальна основа туризмології.**

Феноменологічна, герменевтична, антропологічна, аксеологічна особливості філософського розуміння та інтерпретації феномену туризму. Ключові слова: «філософія туризму», «туристських простір», «туризм», «життєвий світ людини», «антропологічне значення подорожей», «комунікативна культура», «туристські екзистенціали: «зустріч», «вибір», «свобода», «відповідальність», «антиномії туристської діяльності». Гуманізація туризму як чинник гармонії відносин людини з довкіллям. Аксіологічний аспект цінності туристської діяльності.

### **Антропологія туризму.**

Антропологія мандрів та подорожей. Філософське тлумачення антропології туризму. Туристські товари та товари народних промислів як наслідки антропогенезу.

### **Географія туризму.**

Територіальна організація туризму, принципи розміщення туристських ресурсів, туристського районування. Туристське споживання природних ресурсів. Принципи сталого (гармонійного) розвитку туризму. Архітектурно-містобудівна організація відпочинку і туризму як форма облаштованості туристської інфраструктури.

### **Соціологія туризму.**

Проблеми мотивації туристської діяльності. Структура соціології туризму. Туризм як соціокультурний інститут. Соціологічні аспекти дослідження туризму.

### **Культурологія туризму.**

Засоби, методи та механізми закріплення культурозначущої інформації в практиці туристської діяльності. Формування комунікативної культури, культури спілкування, взаємоповаги, толерантності особистості засобами туризму.

### **Психологія та етика туризму**

Місце психології та етики туризму в туризмологічному знанні. Психологія в процесі туристської діяльності. Психологічні проблеми правління сферою туризму. Етичні виміри туризму.

## **Педагогіка туризму**

Проблеми формування особистості засобами виховання, навчання і розвитку у контексті гуманітарно-соціальних функцій туризму.

## **РЕКЛАМНИЙ МАРКЕТИНГ**

### **Сутність рекламного маркетингу.**

Реклама та маркетинг. Рекламний маркетинг: сутність, цілі, завдання. Норми, правила та законодавче забезпечення рекламної діяльності у зарубіжних країнах. Законодавча база рекламної діяльності в Україні. Основні класифікаційні ознаки реклами. Класифікація реклами. Класифікація споживачів (покупців). Класифікація реклами на підставі життєвого циклу товару.

### **Механізм дії реклами.**

Загальні відомості механізму дії реклами. Реклама як ефективний інструмент маркетингу. Модель поведінки споживача. Вибір вигідного покупця. Психологія та творчі підходи. Вплив носія реклами на споживача.

### **Психологічні основи рекламного маркетингу.**

Загальні відомості психологічних основ рекламного маркетингу. Теоретичні основи прикладної науки про поведінку покупців. Процес сприйняття реклами. Чуттєва реакція на рекламу.

### **Позиціонування і визначення цілей реклами.**

Психографічна сегментація. Тактика вибору товару споживачем. Підходи до позиціонування. Особливості використання різних носіїв реклами у різних стратегіях позиціонування. Особливості проведення рекламної кампанії залежно від товарних категорій та типів ринку. Ефекти комунікації туристичного підприємства.

### **Медіапланування.**

Планування рекламної кампанії. Тактика реклами, послідовність використання тих чи інших ЗМІ. Медіапланування у системі управління рекламною діяльністю. Категорії та показники медіапланування. Ефект і ефективність реклами. Показники ефективності медіапланів. Стратегія медіапланування. Програмне забезпечення медіапланування.

### **Рекламне дослідження ринку.**

Загальні відомості рекламного дослідження ринку. Аналіз прийняття рішення про проведення рекламної кампанії. Дослідження цілей реклами. Взаємозв'язок цілей реклами та методичних підходів до дослідження. Визначення впливу рекламного звернення на цільову аудиторію.

### **Організація і структура рекламного процесу**

Особливості менеджменту рекламодавця. Поняття рекламодавця та організаційна структура рекламної служби. Створення іміджу, розроблення товарної (торгової) марки, вигоди франчайзингу. Витрати на рекламну діяльність рекламодавців. Робота рекламодавців з «паблікрилейшнз». Особливості рекламної діяльності рекламодавця-посередника.

### **Рекламні агентства і планування рекламних кампаній.**

Види рекламних агентств. Організаційна структура рекламного агентства. Планування рекламної кампанії. Етапи оформлення замовлення на проведення рекламної кампанії. Шляхи підвищення ефективності рекламної кампанії. Підготовка попереднього або кінцевого варіанта реклами (оригінал- макета).

### **Розробка плану використання ЗМІ та медіа- планування.**

Основні види засобів розповсюдження реклами (газети, телебачення, пошта, радіо, журнали), їх переваги та недоліки. Зовнішня реклама. Інтернет-реклама. Travelblogging.

### **Планування і контроль результатів рекламної кампанії.**

Засади контролювання результатів рекламної кампанії. Цілі та етапи контролю. Прогнозування результатів і контроль проведення рекламної кампанії. Ефективність використання рекламоносіїв. Оцінні моделі використання рекламоносіїв.

**Оцінка ефективності рекламної кампанії.** Контроль ефективності рекламного звернення. Показники ефективності. Ефективність використання рекламоносіїв. Оцінні моделі використання рекламоносіїв. Концепція впливу кількості оприлюднень рекламного звернення на споживачів.

## **КОНЦЕПЦІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ У ТУРИЗМІ**

### **Сталий розвиток туризму та його чинники.**

Сталий розвиток туристичної галузі, що дає змогу задовольнити потреби туристів сьогодні та зберігати можливості надання рекреаційно-туристичних послуг у майбутньому. Чинники сталого розвитку туризму в регіоні: зовнішні (державні та світові стандарти екологічної політики, тенденції функціонування світового та національного ринків рекреаційно-туристичних послуг, пріоритети державної політики соціально-економічного розвитку, здійснення інноваційної, фінансової, інвестиційної політики держави) і внутрішні (стратегія розвитку туризму в регіоні, забезпечення регіонів природно-ресурсним потенціалом, галузеві та територіальні структури господарського комплексу території).

### **Логістичні основи сталого розвитку туризму.**

Сутність сталого розвитку туризму на сучасному етапі. Поняття: «сталий розвиток», «траєкторія руху до сталого розвитку», «рівні несталості розвитку». Принципи сталого розвитку. Принципова логістична модель сталого розвитку туризму в регіоні, країні. Логістичний потенціал туристичних ресурсів регіону, країни. Підготовка інформації для державних органів управління туризмом. Логістичний потенціал матеріально-технічної бази туризму в регіоні, країні. Інформація для турагенцій. Логістичний потенціал вхідного туристопотоку в регіон, країну.

### **Концепція сталого розвитку у світовому туризмі.**

Формування концепції сталого розвитку. "Межі зростання": доповідь Римському клубу. Шляхи переходу на сталий розвиток. Принципи сталого розвитку. Загальна характеристика туризму як галузі світового господарства. Вплив туризму на природне і культурне середовище. Реалізація принципів сталого розвитку в туризмі. Перспективи сталого туризму в XXI столітті.

### **Сутність та чинники сталого розвитку в регіоні.**

Концепція сталого розвитку туризму в регіоні та її стратегічна мета.. Принципи формування концепції. Стратегія сталого розвитку туризму в регіоні. Механізм забезпечення розвитку туризму. Шляхи досягнення мети (дослідження і оцінка туристичного потенціалу регіону; SWOT-аналіз туристичної галузі та її інфраструктури; формування іміджу туристичного регіону, інноваційно-інвестиційна політика; створення матеріальної бази галузі).

### **Сталий розвиток в контексті рекреаційно-туристичного природокористування.**

Зарубіжний досвід ведення рекреаційно-туристичного господарства. Природний рекреаційно-туристичний потенціал України. Цілі рекреаційно-туристичної діяльності та екології для досягнення сталого розвитку туризму. Характер впливу різних видів туризму на навколишнє середовище. Основні чинники, що забезпечуватимуть ефективність туристичного природокористування. Регулювання потужності туристичного потоку по відношенню до рекреаційно-туристичного потенціалу території. Розподіл туристичного потоку упродовж певного відрізка часу. Облік територій, які використовуються для рекреаційно-туристичних потреб і паспортизація відповідних ресурсів. Координація зусиль різних державних і недержавних структур у напрямі підвищення ефективності рекреаційно-туристичного природокористування.

### **Перспективи сталого розвитку.**

Сталість як пріоритетний напрямок розвитку туризму в 21 столітті. Співвідношення екологічного та сталого туризму. Роль неурядових організацій у розвитку сталого туризму. Задоволення найважливіших потреб і прагнень у житті людини як основне завдання сталого

розвитку туристичної галузі. Необхідність в контексті сталого розвитку туристичного бізнесу для постійного (безперервного) узгодження та гармонізації взаємовідносин людини та її оточення. Врахування обмеженості ресурсів, що обмежує здатність навколишнього середовища задовольняти сучасні та майбутні потреби суспільства. Проблема забезпечення рівноваги між збереженням природних та історико-культурних ресурсів, економічними інтересами, соціальними потребами і розвитком туризму, а також за умови створення сприятливих умов для формування якісного національного туристичного продукту.

### **Стратегії управління суб'єктами туристичного бізнесу за форматами сталого розвитку**

Методичний інструментарій формування стратегій розвитку суб'єктів туристичного бізнесу. Стратегічні напрями та основні засади розроблення цільових програм розвитку в туризмі. Формування трансформаційного потенціалу розвитку суб'єктів туристичного бізнесу в туристських дестинаціях.

**Показники, що використовуються в стратегії збалансованого розвитку туризму.** Обсяг туризму: кількість відпочиваючих, кількість днів, ночей та грошей, витрачених в регіоні; кількість туристів, які відвідали визначні історико- культурні пам'ятки; щомісячна кількість туристів в закладах розміщення та харчування; кількість транспортних засобів; кількість проектів з розвитку туризму, що отримують дозвіл на впровадження; кількість визначних пам'яток та агенцій, що пропонують відпочинок та відкриті цілий рік. Якість діяльності туристичних закладів та рівень задоволення туристичних потреб: щомісячний рівень зайнятості готелів, кількість відвідувачів; покращення чи погіршення рівня якості обслуговування порівняно з минулим роком; кількість робочих місць в туризмі (на повний день, з частковою зайнятістю, на весь рік чи сезон); кількість сертифікованих та ліцензованих туристичних підприємств; кількість підприємств, що використовують місцевий продукт.

## **ВЕЛНЕСТУРИЗМ**

### **Поняття «велнес» та його складові.**

Основні напрями та форми велнестуризму. Характеристика та складники спа- та велнес-індустрії як напрямів лікувально-оздоровчого туризму. Історія виникнення та розвитку велнестуризму в Україні та світі.

### **Ресурсна база велнес туризму.**

Сучасні методи та технології у велнестуризмі. Види фітнесу: аеробні (схуднення, body sculpt), силові тренування (струнке тіло), фітнес з єдиноборствами, оздоровчий (стретчінг, пілатес, йога), танцювальні (на пілоні, dance-fit).

### **Сучасні тенденції розвитку спа- та велнестуризму у світі.**

Self love – self care (любити себе), вплив на свій емоційний стан, боротьба зі стресом, тривою, гормональними порушеннями, використання імерсивних технологій. Велнестренди сучасності: харчова революція( продукти без глютену, жиру, молока та ін), фітнестехнології (фітнесгодинники, додатки для смартфонів), зростання ринку велнеспослуг у густонаселених регіонах, активне використання природних речовин догляду, сила медитації.

### **Технології туруперейтингу у велнестуризмі.**

Менеджмент та маркетинг у велнес- та спаіндустрії. Особливості складання велнестурів та просування туристичного продукту на ринок послуг. Складові програми велнестурів: фізичне, духовне, соціальне оздоровлення. Організація правильного харчування у велнестурах. Санітарія, гігієна та безпека велнес- та спапроцедур.

**Велнестуризм у Європейському макрорегіоні.** Купальні курорти, використання термальних джерел.

**Велнестуризм у Американському та Близькосхідному макрорегіоні.** Розвиток сфери фізичної культури та косметології.



**Велнестуризм у Азіатсько-Тихокеанському регіоні.** Поєднання східних культур руху з доглядом за обличчям та тілом.

**Велнестуризм в Україні.** Ресурсна база. Основні сучасні центри. Перспективи формування велнескластерів.

## **КРУЇЗНИЙ ТУРИЗМ**

### **Характеристика круїзного ринку**

Генезис і формування ринку морських круїзів. Морські круїзи як туристський продукт. Сегментування ринку морських круїзів. Характеристика попиту на світовому круїзному ринку. Зростання попиту на короткі маршрути. Зміна вікового складу круїзних споживачів. Бум на середземноморські круїзи. Нові сегменти на круїзному ринку. Характеристика пропозиції на світовому круїзному ринку. Збільшення розмірів круїзних кораблів. Зміна сервісу. Повернення вантажних суден для круїзних цілей. Збільшення капіталовкладень в розвиток портової інфраструктури. Горизонтальна консолідація і глобалізація. Тематичні круїзи. «Зелені програми» круїзних компаній.

### **Організація морського туризму**

Види організації морського туризму. Особливості фрахтування пасажирського судна і ціноутворення на послуги в круїзному туроперейтингу. Особливості агентської і берегового екскурсійного обслуговування круїзних суден. Договір на туристичне обслуговування круїзних туристів. Пасажирська інфраструктура круїзного лайнера. Технологія фрахтування пасажирського судна і агентування круїзів. Основи ціноутворення на послуги розміщення на круїзному судні. Стратегії ціноутворення круїзних операторів. Ціни на розміщення та їх складові. Фактори, що визначають ціну круїзу. Системи знижок і бонусів, які використовуються круїзними компаніями. Програми залучення споживачів круїзів.

### **Класифікація морських круїзних суден і позиціонування круїзів в туроперейтингу**

Класифікація круїзних суден. Системи класифікації круїзних суден. Основні параметри оцінки круїзних суден. Позиціонування морських круїзних турів і категорії круїзів в туроперейтингу. Джерела інформації про морські круїзи. Логістичне забезпечення морських круїзів. Система визначення категорій круїзних лайнерів. Бальна оцінка і система «зірок». Виділені сегменти круїзних лайнерів.

### **Моніторинг круїзного яхтового туризму в системі елітарного туризму. Річкові круїзи**

Виникнення, становлення і розвиток яхтового туризму. Характеристика яхтового круїзного комплексу. Класи яхт за рівнем комфорту. Міжнародна класифікація моторних яхт. Види договорів аренди, які використовуються в залежності від регіону фрахту яхти. Яхтові круїзні компанії. Характеристика річкових круїзів. Мотивація і цілі річкових круїзів. Основні регіони річкових круїзів. Основні учасники світового ринку річкових круїзів. Українські річкові круїзи. Логістична організація річкових круїзів та прогулянок.

### **Організація круїзного сервісу**

Класифікація та обладнання кают на круїзних лайнерах. Обладнання кают для пасажирів з обмеженими можливостями. Обслуговування в каютах. Характеристика послуг, що пропонуються туристам на борту круїзних лайнерів. Поради спеціалістів з виходу послуг і поведінки в круїзі пасажирам з обмеженими можливостями. Медичне обслуговування і забезпечення безпеки на круїзних суднах. Круїзні формальності. Правила дрескоду в круїзах. Торгівля на круїзному лайнері. Розпорядок дня круїзного пасажира. Круїзна індустрія розваг. Спортивно-оздоровчі послуги і СПА-центри. Обслуговування окремих категорій пасажирів круїзного судна. Берегове обслуговування. Чайові у круїзному світі.

## **Технологія продажу морських круїзів**

Особливості сприйняття морських круїзів потенційними споживачами. Морські круїзи в мережі Інтернет. Соціально-демографічний портрет і поведінка круїзного споживача. Робота з клієнтами при продажу морських круїзів. Алгоритм бронювання морських круїзів. Правила ділового листування при бронюванні та купівлі морських круїзів. Додатковий туристський сервіс при продажі морських круїзів. Особливості страхування при продажі морських круїзів. Організація візової підтримки. Організація бронювання авіаквитків, готелів, трансферів, екскурсій та інших туристичних послуг.

## **Сучасні проблеми якості обслуговування в круїзному туропереїтингу**

Основні поняття якості круїзного обслуговування. Зовнішні фактори, які впливають на якість послуг в круїзному туропереїтингу. Критерії якості круїзних послуг (репутація круїзного оператора; протяжність та насиченість маршруту; тип судна, проект, кількість палуб; рівень комфорту; доброзичливість та професіоналізм екіпажу; якість харчування, анімації, екскурсійних програм; безпека; ціна продукту; технології продаж). Вплив технологій електронного бізнесу на якість обслуговування в туропереїтингу. Особливості використання міжнародних автоматизованих систем бронювання в круїзному туризмі. Технології підбору персоналу для роботи на круїзних лайнерах. Основні умови контракту з персоналом круїзного судна. Правила поведінки круїзного персоналу на судні. Типові етапи оформлення в програм «Робота на круїзних лайнерах» в кадрових агенствах.

## **ТУРИСТИЧНА ПОЛІТИКА ТА УПРАВЛІННЯ РЕГІОНАЛЬНИМ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ**

### **Наукові основи управління розвитком туризму регіону та обласної територіальної громади**

Основні уявлення про управління регіональним розвитком. Регіональна політика як основа управління регіональним розвитком. Об'єкт, мотивація, функції, стадії управління розвитком економіки регіону наукові основи управління розвитком туризму регіону та обласної територіальної громади.

### **Місцеве самоврядування в системі управління регіональним розвитком туризму**

Сутність, теоретичні джерела та історичні особливості становлення і розвитку місцевого самоврядування в Україні. Система місцевого самоврядування в різних країнах та в незалежній Україні. Повноваження органів регіонального управління та місцевого самоврядування

### **Туристична політика. Досвід організації управління розвитком туризму регіону.**

Передумови переорієнтації сучасного еколого небезпечного рекреаційно-туристського природокористування. Основні методи реалізації екологічної політики в Україні. Законодавче та нормативно-правове забезпечення організаційної діяльності у сфері рекреації.

### **Туристичний потенціал регіонів та ОТГ.**

Туристичні ресурси як базова умова розвитку туризму в ОТГ. Оцінка потенціалу природно- рекреаційних ресурсів. Фінансовий потенціал регіонального розвитку туризму.

### **Управління розвитком туризму в обласному регіоні.**

Мета, принципи, інструменти й важелі управління регіональним розвитком туризму. Аналіз передумов функціонування системи управління розвитком туризму в обласному регіоні. Форми, методи й механізми регулювання і управління розвитком туризму на регіональному рівні.

### **Управління розвитком суб'єктів туристичного бізнесу на рівні регіону та ОТГ.**

Туристські дестинації як суб'єкт управління регіонального розвитку. Особливості інтеграційних процесів в управлінні організаціями індустрії туризму регіону. Кластерні моделі в управлінні регіональним розвитком туризму.

**Регіональний маркетинг як інструмент управління регіональним розвитком туризму.**

Методичні підходи до оцінювання історико-культурної спадщини. Комплексна оцінка історико-культурних ресурсів.

### **Розробка та економічне обґрунтування регіональних програм розвитку туризму.**

Кліматичні рекреаційні ресурси. Бальнеологічні ресурси. Водні рекреаційні ресурси. Орографічні рекреаційно-туристичні ресурси. Спелеологічні ресурси. Біотичні рекреаційні ресурси та ресурси природно-заповідного фонду України.

## **ІМІДЖОЛОГІЯ В ТУРИЗМІ**

### **Розвиток знань про імідж: витоки та історія становлення.**

Розвиток іміджології в світі та в Україні. Формування іміджології як дисципліни. Визначення і структура. Зміст терміну «імідж». Види іміджу: особистий, корпоративний, товарний. Термінологічний апарат (бренд, іміджблдінг, іміджмейкер, промоутування тощо). Об'єкт, предмет, мета, завдання дисципліни. Формальні (якісні та кількісні) та неформальні дослідження в іміджології. Підходи до обґрунтування проблем іміджології. Інструментальні засоби дисципліни (позиціювання, маніпулювання, міфологізація, емоціоналізація, форматування, вербалізація, деталізація, архаїзація, візуалізація тощо). Зв'язки з іншими дисциплінами (семантика, прагматика, психологія, риторика, соціологія, маркетинг, менеджмент тощо).

### **Побудова іміджу організації.**

Складові іміджу організації (імідж управлінський і фінансовий; імідж товару, імідж громадський, імідж роботодавця). Загальні ознаки іміджу (синтетичність, правдоподібність, стабільність, вразливість, стислість, невизначеність). Умови формування іміджу організації (заявка про себе під час організації презентацій, семінарів, конференцій, симпозіумів, конкурсів, спонсорська діяльність). Особливості створення іміджу (корпоративний імідж). Категорії загальних (добро/зло, красиве/потворне, істинне/оманливе тощо) та корпоративних (цілі, ефективність, стабільність, кадрова та соціальна політика, новаторство, творчість) цінностей для створення іміджу. Чотири етапи створення іміджу організації.

### **Різновиди іміджу соціально-економічних груп.**

Образ соціально-економічної групи: позитивний, негативний, імідж споживачів товару, суспільний статус споживачів, характер споживачів. Нестабільність та мінливість іміджу соціально- економічних груп. Фактори впливу на імідж групи (солідарність, економічна ідеологія, плюралізм думок, ідентифікація з групою). Варіанти ідентифікації особи з групою. Випадки ідентифікації через майнові відносини. Суть поняття «імідж лідера бізнесу», «імідж підприємця». Особливості створення іміджу підприємця. Відповідність вимогам засобів масової комунікації (манера одягатися, говорити, зачіска, погляд, жести, міміка тощо). Принципи стратегії успіху підприємця.

### **Загальний та туристичний імідж країни.**

Складові загального іміджу країни. Складові туристичного іміджу країни. Політична іміджологія з точки зору вітчизняних та зарубіжних дослідників. Структура політичної іміджології: загальнонаціональна, державна, особиста іміджологія. Фактори впливу на формування іміджу країни, держави (якість міжнародних комунікацій, інтенсивний та всебічний аналіз міжнародної інформації). Приклади державної іміджології. Проблеми іміджблдінгу. Забезпечення позитивного іміджу України. Державна програма підтримки позитивного іміджу України, її основні завдання. Конструктивні параметри політичного іміджу. Взаємозв'язок національного та особистого політичного іміджу.

### **Феномен туристичного іміджу країни, міста.**

Соціально-психологічний механізм впливу феномену іміджу: споживач країни, персоніфікація країни, подвійна природа іміджу. Властивості туристичного іміджу (інформативний, індивідуальний, динамічний, активний, той, що характеризує експресивний, виразний бік країни, ситуативний, мінливий, гнучкий, руйнівник стереотипів, атрибут бренду). Функції туристичного іміджу країни, міста (економічна, політична, ідентифікації,

ідеалізації, протиставлення, естетична

### **Побудова туристичного іміджу країни, міста.**

Методологічні принципи іміджування. Алгоритм створення туристичного іміджу країни, міста за Ю.Б. Кашльєвим. Механізм реалізації іміджевої політики (за допомогою засобів масової інформації, участь у міжнародних виставках, випуск каталогів, можливості інтернету, пряма реклама на телебаченні за участі відомих людей, прихована реклама, відомості про країну, місто в популярних фільмах чи у книжкових бестселерах). Суб'єкти, що забезпечують комунікативні зв'язки під час створення іміджу країни (ЗМІ, дипломатичні відомства, неурядові організації, державні та громадські організації, спорт, окремі особистості тощо). Механізми управління туристичним іміджем. Національна кухня та її особливості як складові загального та туристичного іміджу країни, міста.

## **КУРОРТОЛОГІЯ**

### **Теоретико-методичні засади курортології.**

Теорія курортології. Зародження та розвиток курортів. Історія курортів світу. Медична кліматологія та кліматотерапія. Основні біометеорологічні фактори. Методи кліматотерапії.

### **Класифікації та типології курортів.**

Функціональні класи курортів. Геопросторові критерії типології курортів Генетична класифікація організацій і територіальних курортно-рекреаційних систем. Типологія курортів за рекреаційно-продуктною спеціалізацією. Типологія курортів за організаційно-правовим статусом. Головні класи курортів. Класифікація курортів. Інноваційні типи курортів. Організація санаторно-курортного обслуговування. Нетрадиційні методи лікування.

### **Мінеральні води та лікувальні грязі.**

Фізико-хімічні властивості мінеральних вод. Основні бальнеологічні групи мінеральних вод. Класифікації мінеральних вод в Україні. Лікувальні грязі і мінеральні водойми. Механізм фізіологічної і лікувальної дії мінеральних вод і лікувальних грязей. Особливості лікувальної дії на організм мінеральних вод. Мінеральні води для питного лікування. Лікувальне значення та методика застосування озокериту.

### **Охорона курортних ресурсів від виснаження та забруднення.**

Організація служби охорони курортних і гідромінеральних ресурсів та контролю за їх складом. Система стандартів з охорони курортних ресурсів. Зміна курортних ресурсів під впливом діяльності людини. Методика і організація робіт по встановленню округів санітарної охорони.

### **Курортні ресурси України.**

Розвиток курортів в Україні. Класифікація курортів України. Загальна характеристика рекреаційних ресурсів України. Мінеральні води України. Лікувальні грязі України. Територіальна структура рекреаційного комплексу України. Курортна система України. Географія населених пунктів України, віднесених до курортних.

### **Географія курортів Європи.**

Сучасний стан курортного господарства Європи. Бальнеологічні курорти Європи. Кліматичні курорти Європи. Гірськокліматичні курорти. Історія європейських мінеральних курортів.

### **Географія курортів Азії**

Загальна характеристика курортного господарства Азії. Бальнеологічні курорти Азії. Кліматокумисолікувальні курорти. Приморські курорти. Найдорожчі курорти світу  
Лікувальні курорти Азії.

### **Географія курортів Америки.**

Загальна характеристика курортного господарства країн Америки. Курортне господарство країн Північної Америки. Гірськолижні курорти Північної Америки. Курорти Південної Америки

Курорти Карибського моря і Атлантики.

### **Географія курортів Африки та Австралії**

Характеристика курортів материкової та острівної Африки. Загальна характеристика курортного господарства Австралії та Океанії. Курорти Австралії. Курорти Океанії та Нової Зеландії.

## **МІЖНАРОДНА ЛОГІСТИКА В ТУРИЗМІ**

### **Теоретичні засади міжнародної логістики туризму**

Комплексна структура логістики туризму. Туристопотік як головний об'єкт дослідження логістики туризму. Характеристика обслуговувальних потоків у логістиці туризму. Базові поняття логістики туризму. Комплексна структура міжнародної логістики туризму. Функціональна структура логістики туризму. Об'єкт дослідження логістики туризму. Маркетингова логістика в туризмі. Логістика туристопотоків. Основні показники туристопотоку. Класифікація інформаційних потоків у міжнародній логістиці туризму. Класифікація фінансових потоків. Класифікації матеріальних потоків. Показники, що характерні для логістичного потенціалу матеріально-технічної бази туризму. Чинники розвитку міжнародного туризму. Туристопотоки за макрорегіонами світу. Фінансові потоки в міжнародному туризмі. Моделі управління міжнародним туристичним бізнесом. Особливості організації управління туристичним бізнесом. Основні тенденції розвитку міжнародного туристичного бізнесу.

### **Міжнародна логістика ресурсної бази туризму.**

Значення ресурсної бази туризму та її логістичної оцінки. Методика визначення логістичного потенціалу рекреаційно-туристичних ресурсів. Особливість туристичної галузі на відміну від інших галузей сфери послуг. Місткість туристичного ринку. Специфіку туристичного споживання. Сутність поняття "природно-ресурсний потенціал території". Рекреаційно-ресурсний потенціал території. Місткість ресурсної бази туризму та місткість туристичного ринку певної території. Логістична оцінка ресурсної бази туризму. Алгоритм розрахунків із визначення логістичного потенціалу морської пляжної зони.

### **Логістика туристичної фірми.**

Концепція логістики турфірми. Стратегія, планування та організаційні форми логістики турфірми. Логістичні канали просування турпродукту. Принципи управління логістичною системою турфірми. Принцип Парето в логістиці туризму. Рейтингова оцінка постачальників у туризмі. Ефективність логістики у разі великих та малих турфірм. Вертикальна та горизонтальна інтеграції в туризмі. Сутність багатоканальної моделі купівлі турпродукту споживачем.

### **Логістика туру.**

Тури та їх класифікація. Логістична розробка туру: сутність і послідовність. Класифікація туристичних маршрутів. Узагальнена методика логістичної розробки туру. Сутність туру з погляду логістики туризму. Тури за мотивацією. Тури за сукупністю послуг. Сутність траси туристичного маршруту. Етапи, що охоплює узагальнена методика логістичної розробки туру. Формула атрактивності туристичних об'єктів. «Завдання комівояжера» в логістиці туру.

### **Логістика готельних послуг у міжнародному туризмі.**

Сектор розміщення як основний постачальник послуг у туризмі. Логістичний цикл обслуговування туристів у готелях. Логістичні потоки та вузли в готельному господарстві. Логістична система управління готелем. Найбільший у світі плаваючий готель (флотель). Обов'язкові вимоги, що мають задовольняти у готелі незалежно від категорії. Сутність схеми типової організаційної структури готелю. Типова структура управління номерним фондом готелю. Сутність логістичного циклу обслуговування туриста в готелі. Етапи розвитку готельних технологій під час логістичного циклу

обслуговування туристів. Особливості головного логістичного потоку в готелі. Властивості міжнародних інформаційних та фінансових потоків. Вузли логістичних потоків. Сутність та ефективність логістичної системи управління готелем.

## **ІНОВАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРИЗМІ**

### **Основні поняття і сутність теорії інноватики**

Визначення інноватики як науки. Інновація як економічна категорія в працях Йозефа Шумпетера. Еволюція розвитку теорій інноваційної діяльності. Становлення теорії інноватики та її сучасні концепції. Сутність понять «інновація, нововведення, новація». Відтворювальна, інвестиційна, стимулююча функції інновацій. «Життєвий цикл» інновацій, крива життєвого циклу, тривалість життєвого циклу, дифузія, циклічний характер розвитку, основні етапи: етап розробки, етап виведення на ринок, етап зростання, етап зрілості, етап занепаду. Інноваційна діяльність, інноваційна інфраструктура. Поняття «інновація в туристичній діяльності»

### **Класифікація інновацій та їх особливість**

Класифікація інновацій Й. Шумпетера (п'ять типів інновацій). Базисні інновації та їх характеристика. Класифікація інновацій за змістом (продуктові, інновації процесу, ринкові інновації). Класифікація за ступенем новизни (псевдо інновації). Інновації за сферою діяльності організації, за інтенсивністю інноваційних змін, за рівнем об'єктивного та суб'єктивного сприйняття, за причинами виникнення, за ступенем впливу на технологічне і соціальне середовище тощо. Сутність організаційно-управлінських інновацій та їх вплив на розвиток економічних процесів в Україні. Характеристика соціальних нововведень. Класифікація інновацій в туристичній діяльності: за змістом, за галуззю застосування в туризмі, за новизною, за масштабом, за авторством ідеї, за роллю НТП та НТР, за стадією життєвого циклу, за географією використання, за темпами, за частотою використання, за сферою використання, за кінцевим результатом. Продуктові та технологічні інновації в туризмі.

### **Державне регулювання інноваційної діяльності**

Держава як головний суб'єкт інноваційної діяльності. Роль держави в здійсненні інноваційної діяльності. Інновації як фактор економічного зростання. Методи державної підтримки інноваційної діяльності. Державна інноваційна політика та методи її реалізації. Варіанти інноваційної політики: політика «технологічного прориву»; політика «ринкової орієнтації»; політика «соціальної орієнтації»; політика, зорієнтована на зміну економічної структури господарського механізму.

Вихідні умови варіантів державної інноваційної політики. Основні чинники, що гальмують розвиток інноваційних процесів в державі. Головні принципи державної інноваційної політики, які визначені в законі України «Про інноваційну діяльність». Формування національної моделі регулювання інноваційної діяльності. Вплив державних приватних і громадських структур. Сучасний стан і перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні, особливості інноваційного розвитку в провідних країнах світу.

### **Основи інноваційного менеджменту.**

Сутність, основні завдання, ключові поняття та функції інноваційного менеджменту. Зміст інноваційного менеджменту в трьох аспектах. Гармонізація як основна цільова задача інноваційного менеджменту, її ендегенний та екзогенний аспекти. Види інноваційного менеджменту: стратегічний менеджмент, функціональний (оперативний). Види та функції інноваційного менеджменту за проф. Л.М. Оголевою. Місце інноваційного менеджменту в комплексі дисциплін з теорії і практики управління. Менеджери в інноваційній сфері. Професійна компетентність та рівень мотивації. Рішення в інноваційному менеджменті та методи їх прийняття. Інноваційний менеджмент у фірмах Японії, США та Західної Європи.

### **Підприємства як основний суб'єкт реалізації нововведень**

Особливості взаємодії організації, підприємства та нововведень. Сприйнятливість організації, підприємства до нововведень. Організація впровадження та трансферу наукових інновацій. Малий інноваційний бізнес, життєвий цикл і тенденції розвитку. Інноваційні венчурні фонди. Роль венчурного бізнесу в розвитку інноваційної діяльності. Інноваційний потенціал та його оцінка: оцінка інноваційного середовища; стан інноваційного, науково-технічного потенціалу; аналіз параметрів впливу зовнішнього і внутрішнього середовища, аналіз ресурсних та інвестиційних можливостей; оцінка технологій та виробничих процесів щодо їх здатності до впровадження новацій; оцінка соціально-організаційних можливостей. Аналіз конкурентних переваг організації. Етапи адаптації нововведення в організації. Управління витратами в інноваційній діяльності. Склад і структура інноваційних витрат. Класифікація витрат на інновації за типами інноваційної діяльності, джерела її фінансування. Облік витрат за стадіями інноваційного циклу. Причини успіху та краху організацій.

**Інноваційні стратегії. Система мотивації і стимулювання інноваційної діяльності.**

Поняття, особливість, типи інноваційних стратегій, їх розробка та обґрунтування. Стратегія наступу, стратегія захисту, імітаційна стратегія, залежна стратегія, традиційна стратегія, змішана стратегія. Застосування в туристичній індустрії. Сутність стратегії інноваційного прориву. Стратегічне планування як елемент управління та метод реалізації інноваційної стратегії. Етапи створення і реалізації інноваційного проекту. Сутність мотивації в системі управління персоналом. Складові та принцип дії мотиваційного механізму інноваційної діяльності. Методи стимулювання творчої активності персоналу. Організаційно-економічні форми стимулювання інноваційної поведінки працівників. Організація винахідницької діяльності. Стиль керівництва і формування інноваційної культури в організації, його значення, техніко-економічні переваги.