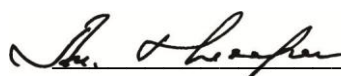


**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ**

Система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти
сертифікована на відповідність ДСТУ ISO 9001:2015 / ISO 9001:2015

ЗАТВЕРДЖЕНО

Голова приймальної комісії

 А.А. Мазаракі

"17" січня 2019 р.

ПРОГРАМА

**вступного фахового випробування
для здобуття освітнього ступеня магістра**

| | |
|----------------------|--|
| галузі знань | 07 «Управління та адміністрування» 24 «Сфера обслуговування» |
| спеціальності | 073 «Менеджмент» 242 «Туризм» |
| спеціалізації | «Туристичний та курортно-рекреаційний менеджмент» «Міжнародний туристичний бізнес» «Міжнародний івент-менеджмент в туризмі» |

Київ 2019

ВСТУП

Вступне фахове випробування проводиться з метою оцінювання рівня підготовки вступників, ступеня володіння професійними знаннями для подальшого опанування освітнього ступеня «магістр» зі спеціальності 073 «Менеджмент» спеціалізації «Туристичний та курортно-рекреаційний менеджмент» і спеціальності 242 «Туризм» спеціалізацій «Міжнародний туристичний бізнес», «Міжнародний івент менеджмент в туризмі».

Програму вступного фахового випробування для здобуття освітнього ступеня «магістр» розроблено відповідно до стандартів вищої освіти КНТЕУ, освітньо-професійних програм підготовки бакалаврів напряму «Менеджмент» спеціальності «Менеджмент організацій і адміністрування» (спеціалізації «Менеджмент туристичного бізнесу») та з напряму підготовки «Туризм».

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.

Програма складається з таких розділів:

1. Вступ.
2. Розділ 1. Менеджмент.
3. Розділ 2. Маркетинг.
4. Розділ 3. Економіка туризму.
5. Розділ 4. Організація туризму.
6. Критерії оцінювання знань на вступному фаховому випробуванні для здобуття освітнього ступеня «магістр».
7. Список рекомендованих джерел.

Змістовне насичення програм підготовки по різних спеціалізаціях визначається освітньо-професійними програмами КНТЕУ і передбачає демонстрацію основних професійних компетентностей, які є базовими для подальшого набуття знань та вмінь на рівні «магістр».

Програма вступних випробувань *за спеціальністю «Туризм» спеціалізацією «Міжнародний туристичний бізнес»* містить змістові модулі наступних дисциплін: «Менеджмент», «Організація туризму», «Економіка туризму».

Програма вступних випробувань *за спеціальністю «Туризм» спеціалізацією «Міжнародний івент менеджмент в туризмі»* містить змістові модулі наступних дисциплін: «Менеджмент», «Організація туризму», «Маркетинг».

Програма вступних випробувань *за спеціальністю «Менеджмент» спеціалізацією «Туристичний та курортно-рекреаційний менеджмент»* містить змістові модулі наступних дисциплін: «Менеджмент», «Організація туризму», «Економіка туризму», «Маркетинг».

ЗМІСТ ПРОГРАМИ ВСТУПНОГО ФАХОВОГО ВИПРОБУВАННЯ

Розділ 1. МЕНЕДЖМЕНТ

Поняття управління. Суб'єкт та об'єкт управління. Характеристика організації. Причини та умови виникнення управління в організаціях. Менеджмент як тип професійної управлінської діяльності. Людина як суб'єкт управлінської діяльності. Менеджери та їх характеристика. Менеджмент як професійне управління підприємницькою діяльністю.

Ключові положення сучасної науки «менеджмент». Гнучкість і адаптивність управління. Гуманізація та соціальна відповідальність менеджменту, напрямки реалізації її принципів на підприємствах туризму. Класифікація і типологія менеджменту. Основні класифікаційні ознаки менеджменту.

Характеристика основних груп факторів, що забезпечують особливості управління підприємствами сфери туризму.

Туристичні послуги як об'єкти управління. Специфіка управління господарською діяльністю на підприємствах, що надають туристичні послуги.

Особливості менеджменту, що визначаються специфікою господарської діяльності у сфері туризму. Види економічної діяльності, що складають індустрію туризму. Пріоритети і завдання менеджменту туристичного підприємства.

Загальні та специфічні риси менеджменту вітчизняних туристичних підприємств. Особливості розвитку менеджменту туристичних підприємств у вітчизняній економіці.

Внутрішнє та зовнішнє середовище туристичного підприємства. Вплив факторів зовнішнього середовища на управління туристичними підприємствами.

Структура та характеристика основних елементів внутрішнього та зовнішнього середовища туристичного підприємства. Економічна, організаційна, соціально-психологічна та техніко-технологічна підсистема туристичного підприємства.

Характеристика ділового та фонового середовища туристичного підприємства. Правовий аспект менеджменту туристичних підприємств і організацій. Господарська організація як суб'єкт права. Характерні ознаки підприємства і організації як юридичної особи. Суб'єкти підприємницької діяльності у сфері туризму, їх правовий статус та умови діяльності.

Класифікація підприємств в залежності від виду та сфери діяльності; організаційно-правової форми; характеру відносин власності; належності капіталу і системи контролю; масштабів розповсюдження діяльності.

Сучасні форми інтеграції підприємств. Відмітні особливості міжнародних і міжрегіональних об'єднань підприємств. Материнська компанія. Філія. Представництво. Дочірнє підприємство. Асоційоване підприємство. Роль і значення ТНК у сфері туризму.

Характеристика та особливості управління спільними підприємствами. Некомерційні організації. Види некомерційних організацій. Особливості управління некомерційними організаціями у сфері туризму.

Економічний аспект менеджменту підприємства. Підприємство як виробничо-господарська структура, цілісний господарсько-майновий комплекс та об'єкт права.

Характеристика підприємств та їх класифікація. Структура підприємства як об'єкта права.

Основні передумови і тенденції розвитку малого бізнесу в туризмі. Визначення та критерії малого бізнесу. Переваги і недоліки управління підприємствами малого бізнесу. Умови успішної та ефективної діяльності малого бізнесу.

Передумови виникнення великого бізнесу та поширення інтеграційних процесів у сфері туризму. Стратегія синергізму в туристичній індустрії. Стратегічні альянси. Вертикальна і горизонтальна інтеграція. Підприємницькі мережі в туристичному бізнесі. Туристичні корпорації.

Особливості управління туристичним підприємством в умовах корпоративних підприємницьких мереж. Франчайзинг як провідна форма управління у сфері туристичного бізнесу. Переваги і недоліки франчайзинга.

Контракти на управління у сфері туристичного бізнесу. Сутність контрактного управління, передумови і тенденції його розвитку. Переваги і недоліки управління за контрактом. Види, функції і завдання керуючої компанії. Концесія. Сутність концесії. Форми концесії.

Операційні ланцюги. Умови виникнення операційних ланцюгів і туристичних мереж. Учасники та особливості управління операційними ланцюгами та підприємницькими туристичними мережами. Провідні операційні ланцюги і підприємницькі мережі у сфері туристичного бізнесу та індустрії гостинності. Туристичні і готельні консорціуми.

Поняття функцій менеджменту. Функції менеджменту як види управлінської діяльності. Класифікація і характеристика функцій менеджменту. Загальні (основні), конкретні (спеціальні) функції менеджменту, їх взаємозв'язок. Задачі менеджменту.

Сутність та зміст функції планування і прогнозування. Характеристика факторів, що впливають на процес планування. Принципи планування. Рівні планування. Методичні основи планування. Методи розробки планів. Система планів на підприємстві.

Функція організування, як базисна функція менеджменту, її зміст та напрями реалізації. Організаційні структури та їх типи. Загальні принципи формування організаційних структур.

Координація, як функція забезпечення злагодженої та ритмічної роботи підприємства, умови її виконання.

Функція керівництва та мотивації, її сутність, значення, порядок і напрями реалізації в організаціях. Ключова роль людського фактору в управлінні організацією. Психологічні та фізіологічні засади мотивування людини. Мотиви і стимули. Змістовні та процесні теорії мотивації. Спеціальні методики мотивування та стимулювання персоналу туристичного підприємства.

Функція контролю, як форма зворотного зв'язку в управлінні. Принципи та види контролю. Організація та методика контролювання. Інструменти контролю.

Регулювання, як функція менеджменту, його види та методика проведення.

Поняття процесу управління та його зміст. Підходи до визначення змісту процесу управління. Основні елементи процесу управління: ціль управління, визначення ситуації, визначення проблеми, управлінське рішення. Характеристика

типів процесу управління. Управлінські процедури і операції.

Цілі управління та проблема їх визначення. Вимоги до цілей. Класифікація цілей. Процес встановлення цілей управління в організації.

Сутність та характеристика управлінських рішень. Класифікація управлінських рішень. Умови прийняття управлінських рішень. Фактори, що впливають на процес прийняття управлінських рішень.

Поняття і сутність управлінської технології. Мета, предмет і об'єкти технології управління. Види технологій управління.

Поняття механізму управління, основні підходи до його визначення. Структура механізму управління. Види механізму управління: економічний, організаційний, мотиваційний, правовий механізми управління.

Метод управління та його характерні риси. Фактори, що визначають характерні ознаки методу управління. Класифікація та характеристика методів мотиваційного механізму управління.

Економічні методи менеджменту. Адміністративні методи менеджменту. Соціально-психологічні методи менеджменту. Взаємодія функцій, методів менеджменту та управлінських рішень.

Концепція проектування роботи в туристичних підприємствах. Аналіз роботи. Параметри роботи. Сприйняття змісту роботи. Зв'язок технології та проектування роботи. Моделі проектування роботи в туристичних підприємствах. Особливості проектування робіт окремих категорій працівників туристичних підприємств і організацій.

Система менеджменту туристичного підприємства та характеристика її основних елементів. Фактори, що визначають тип організаційної структури конкретного підприємства сфери туризму. Елементи проектування організаційної структури управління туристичного підприємства. Горизонтальна, функціональна та вертикальна спеціалізація.

Масштаб керованості та виникнення управлінської ієрархії. Департаментизація. Визначення та вибір типу департаментизації в туристичних підприємствах.

Необхідність забезпечення взаємодії між елементами структури. Види комунікацій. Комунікаційний процес. Фактори ефективності комунікаційної взаємодії. Комунікаційна структура управління туристичного підприємства, її види. Комунікаційні мережі туристичних підприємств.

Управлінські повноваження та їх види. Співвідношення управлінських повноважень і відповідальності. Процес розподілення управлінських повноважень в ієрархії управління. Визначення оптимального співвідношення між централізацією та децентралізацією управлінських повноважень. Визначення оптимального співвідношення між рівнем диференціації та інтеграції підрозділів в підприємстві.

Типологія та види організаційних структур підприємств і організацій сфери туризму. Типова організаційна структура корпоративної туристичної мережі, великого туроператора, туристичного агентства, екскурсійного бюро.

Фактори, що впливають на процес вдосконалення організаційної структури управління. Бюрократизація системи управління, її характерні риси. Шляхи зниження бюрократизації системи управління.

Роль персоналу в досягненні ефективності та підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств. Основні фактори, що визначають підвищену увагу менеджменту до персоналу підприємств сфери туризму. Специфіка та проблеми управління персоналом підприємств сфери туризму.

Персонал туристичного підприємства: підходи до визначення, класифікація, структура та оцінка. Виробнича поведінка як об'єкт управління персоналом, та фактори що визначають її якість на туристичних підприємствах.

Професійна компетентність фахівців підприємств сфери туризму. Кваліфікаційна структура персоналу підприємств сфери туризму. Професії та посади основних підрозділів підприємств сфери туризму. Кваліфікаційні вимоги до професій та посад основних підрозділів підприємств сфери туризму.

Зміст, завдання та основні елементи системи управління персоналом. Управління кадрами та керівництво персоналом. Зміст і завдання спеціалізованих служб і посад з управління персоналом.

Поняття та сутність кадрової політики. Типи кадрової політики. Зміст і завдання кадрової політики. Особливості формування кадрової політики на підприємствах сфери туризму.

Кількісні та якісні аспекти планування персоналу туристичного підприємства. Стратегія і тактика управління персоналом. Технологія прийняття на роботу. Методики професійного набору та відбору персоналу для туристичного підприємства.

Технології професійного розвитку персоналу. Форми і методи професійного навчання. Зміст та особливості проведення навчальних тренінгів для персоналу підприємств сфери туризму. Управління професійною кар'єрою. Мета та завдання ділової оцінки персоналу.

Критерії та методи ділової оцінки персоналу туристичного підприємства. Форми і методи компенсації праці персоналу підприємств сфери туризму.

Організаційна поведінка як об'єкт управління та характеристика факторів, що її визначають. Сутність і завдання психології управління. Структура особистості та моделі поведінки людини в організації. Вимоги до психологічних якостей працівників і керівників підприємств сфери туризму.

Поняття, види та характеристика колективів і соціальних груп. Психологічні характеристики колективу. Основні етапи процесу формування та розвитку колективу. Шляхи формування згуртованого колективу. Принципи і методи командного менеджменту.

Складові елементи ефективного керівництва персоналом. Влада та особистий вплив менеджера на підлеглих. Форми і види влади. Сутність лідерства в колективі. Природа виникнення та формування лідерства. Теорії лідерства. Мотивація та типологія лідерства.

Стиль керівництва як засіб впливу на підлеглих. Типологія та характеристика стилів керівництва персоналом. Вибір оптимального стилю керівництва.

Організаційна культура: поняття, види, компоненти та практика їх використання в управлінні персоналом підприємств сфери туризму.

Професіоналізм управлінської праці. Вимоги до сучасного керівника

підприємства сфери туризму. Модель сучасного менеджера. Сутність та структура самоменеджменту. Функціональна модель самоменеджменту. Самоуправління та самовдосконалення керівника як головний фактор підвищення ефективності управління туристичним підприємством. Ділова критика у самоменеджменті.

Визначення придатності людини до управлінської діяльності. Час керівника та основні принципи його раціонального використання. Принципи ефективного планування праці керівника. Управління робочим часом. Вибір пріоритетних справ в діяльності менеджера.

Принципи ефективного делегування повноважень підлеглим. Підлеглі керівника та їх структура. Шляхи подолання проблем у взаємовідносинах між керівником та підлеглими.

Організація і техніка проведення ділових нарад. Техніка роботи керівника з текстовими матеріалами. Техніка приймання відвідувачів. Правила взаємодії з підлеглими, колегами та клієнтами. Організація робочого місця керівника туристичного підприємства. Технічне та інформаційне забезпечення роботи керівника туристичного підприємства. Напрямки та принципи самовдосконалення особистості менеджера туристичного підприємства.

Поняття ефективності управління організацією. Ресурси, час та результат управління як резерви підвищення ефективності менеджменту. Принципи ефективного менеджменту. Характеристика основних підходів до оцінки ефективності менеджменту. Зовнішня та внутрішня ефективності менеджменту. Результативність та успішність менеджменту. Економічна, організаційна та соціальна ефективність менеджменту. Характеристика основних критеріїв та показників ефективності управління підприємством сфери туризму. Показники інтенсивності, ефективності та продуктивності управління.

Оцінка і напрямки підвищення ефективності управління підприємствами сфери туризму в сучасних умовах.

Розділ 2. МАРКЕТИНГ

Сутність маркетингу як ринкової концепції управління.

Понятійний апарат маркетингу: потреба, цінність, запити, бажання, попит, товари, продукція та послуги, вартість (споживча та вартість споживання), задоволення (функціональне і психологічне), ринок (поняття та класифікація).

Етапи розвитку маркетингу. Сутність управлінських концепцій маркетингу: виробничої, товарної, збутової, маркетингової, соціально-етичного маркетингу. Становлення та розвиток сучасної концепції маркетингу. Інтегрований маркетинг, маркетинг взаємовідносин, внутрішній маркетинг, сталий маркетинг. Концепція холістичного маркетингу. Цифровий маркетинг.

Основні елементи та комплекс маркетингу. Поняття «маркетингова суміш» (marketing-mix).

Види маркетингу щодо стану попиту на ринку: підтримуючий, конверсійний, синхромаркетинг, стимулюючий, ремаркетинг, протидіючий, демаркетинг.

Фактори, що визначають особливості маркетингу в туризмі.

Сутність, зміст та особливості маркетингу на різних рівнях управління туризмом. Суб'єкти маркетингу в туризмі: туристичні дестинації, виробники

туристичних товарів і послуг, туристичні оператори й агенти, громадські організації, органи державного, регіонального та місцевого управління. Маркетингові цілі та розподіл маркетингових функцій між суб'єктами ринку в туризмі.

Поняття маркетингового середовища. Маркетингове середовище підприємства сфери туризму.

Структура маркетингового середовища. Чинники зовнішнього мікросередовища підприємств сфери туризму.

Фактори внутрішнього середовища підприємств сфери туризму.

Сутність споживчої поведінки туристів. Поведінка на різних стадіях купівлі та споживання: стадія прийняття рішення, купівлі, відвідання дестинації, посткупівельна поведінка туристів. Джерела ідей для відвідування дестинації.

Чинники впливу на поведінку туристів. «Pull» і «Push» фактори поведінки туристів.

Сегментація туристичного ринку як метод визначення об'єктів маркетингової діяльності. Етапи сегментації.

Об'єктивні та суб'єктивні критерії сегментації. Апріорний та апостеріорний підходи до сегментації туристичного ринку.

Поняття цільового сегменту та критерії вибору цільових сегментів. Ринкова ніша. Сутність концентрованого та диференційованого маркетингу.

Особливості та критерії позиціонування туристичного продукту, підприємства.

Інформаційне забезпечення маркетингової діяльності суб'єктів туристичного ринку. Джерела та потоки маркетингової інформації в туризмі. Принципи формування та використання інформації в системі маркетингу туристичного підприємства та дестинації.

Маркетингова інформаційна система та її складові.

Цілі та види маркетингових досліджень у туризмі. Технологія та етапи проведення маркетингових досліджень підприємствах сфери туризму.

Кількісні та якісні методи збору первинної інформації в туристичній індустрії. Види та характеристика методів опитування. Анкета як метод опитування, структура та правила складання. Характеристика видів відкритих та закритих питань, що використовуються при складанні анкети. Спеціальні методики опитувань. Інтернет-платформи для створення анкет.

Вибіркові та панельні дослідження в туризмі. Методи формування вибірки.

Процес організації та проведення збору даних. Погрішності, джерелом яких є респонденти й інтерв'юери. Контроль якості отриманих даних.

Методи аналізу даних. Типова структура звіту про проведення маркетингових досліджень.

Маркетингові дослідження туристичного ринку. Кон'юнктура, місткість і частка ринку. Ринковий потенціал. Методи прогнозування параметрів попиту в туризмі.

Маркетингові дослідження конкурентів і діагностика конкурентного середовища туристичного ринку. Побудова конкурентної картки ринку. визначення конкурентоспроможності туристичного продукту, послуги, підприємства.

Маркетингові дослідження споживачів туристичного продукту та послуг.

Оцінка рівня задоволення споживачів. Аналіз намірів туристів і структури закупівельного центру.

Дослідження середовища маркетингу підприємства туристичної індустрії.

Поняття якості туристичного продукту з точки зору маркетингу. Моделі якості. Маркетингова оцінка якості туристичного продукту.

Концепція життєвого циклу туристичного продукту. Нові продукти в маркетинговій діяльності туристичного підприємства. Основні етапи розробки та впровадження нового туристичного продукту.

Внутрішній маркетинг на туристичних підприємствах.

Сутність, цілі та завдання цінової політики туристичного підприємства. Види цін. Характеристика основних етапів розробки цінової політики. Фактори, що визначають цінову політику туристичного підприємства. Основні методи ціноутворення, що використовуються в туризмі. Характеристика цінових стратегій, що можуть застосовуватися туристичним підприємством.

Зміст та особливості маркетингової політики збуту туристичного продукту. Основні етапи розробки збутової політики.

Посередницька діяльність та функції посередників у сфері туризму. Характеристика ринкових посередників у сфері туризму: ініціативні та рецептивні туроператори, туристичні агенти, оптові продавці туристських послуг, спеціалісти (туристичні брокери, представники гральних закладів), представники готелів, національні, державні та місцеві туристичні представництва, консорціуми і системи бронювання місць, Internet-технології та системи резервування на основі комп'ютерних мереж.

Вертикальні маркетингові системи у збутовій політиці туристичних підприємств. Туристичні мережі та їх маркетингова збутова політика.

Комплекс маркетингових комунікацій туристичного підприємства (організації). Цільові аудиторії комунікацій. Концепція інтегрованих маркетингових комунікацій. Характеристика основних та синтетичних елементів комплексу маркетингових комунікацій туристичного підприємства (організації).

Персональний продаж у комплексі маркетингових комунікацій туристичного підприємства. Технологія персонального продажу на туристичному підприємстві.

Стимулювання збуту в комплексі маркетингових комунікацій туристичного підприємства. Визначення цілей стимулювання збуту, вибір засобів, розробка програми, попереднє тестування і реалізація, оцінка результатів. Основні етапи розробки програми стимулювання збуту туристичним підприємством.

Робота з громадськістю у комплексі маркетингових комунікацій туристичних підприємств і організацій. Відносини з пресою, публіситі туристичного продукту та туристичної фірми, корпоративна комунікація, лобіювання, консультування, спонсорство і меценатство. Основні інструменти маркетингових зв'язків з громадськістю та їх можливості в індустрії туризму.

Реклама в комплексі маркетингових комунікацій туристичних підприємств і організацій. Особливості та види реклами в туризмі. Характеристика основних етапів рекламної діяльності. Особливості застосування різних видів засобів розповсюдження туристичної реклами. Спеціальні види реклами в туризмі.

Виставкова та ярмаркова діяльність туристичних підприємств і організацій.

Технологія участі туристичного підприємства (організації) у роботі виставки. Спеціалізовані туристичні виставки.

Фірмовий стиль туристичного підприємства (організації). Елементи фірмового стилю. Технологія брендингу в туризмі.

Розділ 3. ЕКОНОМІКА ТУРИЗМУ

Сутність туризму як сектору економіки та сфери послуг. Економічний механізм утворення та функціонування суб'єктів туристичної діяльності. Роль та місце туризму в національній економіці. Інструменти оцінки стану та тенденцій розвитку туризму на світовому ринку туристичних послуг. Стан і тенденції розвитку туризму в Україні, тренди. Порівняльний аналіз тенденцій розвитку туризму в Україні та світі.

Сутність попиту на ринку туристичних послуг. Характерні риси попиту на туристичні послуги та фактори впливу на нього. Еластичність попиту на ринку туристичних послуг. Види та визначення еластичності попиту по доходах, по ціні послуги в туризмі.

Методичні основи вимірювання сезонності в туризмі: поняття та види сезонності, інформаційне забезпечення, показники та методи вимірювання.

Сутність та особливості пропозиції на ринку туристичних послуг. Складові пропозиції на ринку туристичних послуг: атракції (природні, штучні), послуги та товари, туристична інфраструктура. Фактори впливу на обсяг та структуру пропозиції на ринку туристичних послуг.

Поняття та особливості конкуренції в туризмі. Форми та види конкуренції на ринку туристичних послуг. Внутрішньогалузева та міжгалузева конкуренція в туризмі. Цінова та нецінова конкуренція.

Конкурентоспроможність суб'єктів туристичної діяльності, її види. Динамічні та чисті конкурентні переваги. Фактори впливу на конкурентоспроможність. Методичні основи оцінки конкурентоспроможності туристичного продукту: етапи, показники, методи аналізу.

Показники оцінки обсягу пропозиції та реалізації послуг суб'єктів туристичної діяльності. Методичний інструментарій та порядок проведення аналізу обсягу виробництва і реалізації туристичного продукту суб'єктами туристичної діяльності. Інформаційна база даних та джерела її формування. Оцінка зовнішніх та внутрішніх факторів, що обумовлюють зміни обсягу та структури реалізації туристичного продукту.

Методика розробки продуктової програми суб'єктом туристичної діяльності на прогностичний період. Методи планування показників продуктової програми у відповідності до стратегії розвитку суб'єктів туристичної діяльності. Обсяг наданих туристичних послуг у точці беззбиткової діяльності, мінімальної та нормальної рентабельності.

Методичний інструментарій та порядок проведення аналізу обсягу виробництва і реалізації продукції та послуг закладів з організації харчування. Інформаційна база даних та джерела її формування. Поняття, види та склад товарообороту закладів з організації харчування. Методика розробки виробничої програми та алгоритм розрахунку основних показників закладів з організації

харчування.

Поняття економічних ресурсів і ресурсного потенціалу суб'єктів туристичної діяльності. Складові ресурсного потенціалу та їх взаємозв'язок у процесі надання туристичних послуг. Показники ефективності використання ресурсів суб'єктів туристичної діяльності. Основні напрями підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу суб'єктів туристичної діяльності.

Сутність матеріальних ресурсів суб'єктів туристичної діяльності. Характеристика основних засобів суб'єктів туристичної діяльності, їх види та оцінка вартості основних засобів. Методичний інструментарій і порядок проведення аналізу стану та ефективності використання основних засобів суб'єктів туристичної діяльності. Особливості оцінки матеріально-технічної бази окремих видів суб'єктів туристичної діяльності. Поняття, види та характеристика нематеріальних ресурсів суб'єктів туристичної діяльності. Оцінка вартості нематеріальних ресурсів. Вартість бренду суб'єктів туристичної діяльності. Матеріальні оборотні активи суб'єктів туристичної діяльності. Показники оцінки забезпеченості матеріальними оборотними активами.

Соціально-економічна сутність і особливості праці в туризмі. Поняття трудових ресурсів, трудового колективу, кадрів, персоналу суб'єктів туристичної діяльності. Джерела формування трудових ресурсів. Методичний інструментарій та порядок проведення економічного аналізу формування та використання трудових ресурсів в туризмі. Поняття продуктивності, ефективності і якості праці в туризмі. Фактори, що обумовлюють рівень та можливості зростання продуктивності праці в туризмі. Основні напрями підвищення ефективності використання трудових ресурсів в туризмі. Організація матеріального та нематеріального стимулювання праці працівників в туризмі. Форми і системи оплати праці в туризмі.

Поняття фінансових ресурсів суб'єктів туристичної діяльності, їх склад та характеристика. Джерела формування фінансових ресурсів суб'єктів туристичної діяльності. Характеристика оборотного капіталу суб'єктів туристичної діяльності. Особливості кругообігу оборотного капіталу суб'єктів туристичної діяльності залежно від факторів сезонності, попиту, характеру розрахунків з контрагентами по господарським операціям. Методичні основи економічного аналізу стану, тенденцій та ефективності використання оборотного капіталу.

Капітал суб'єктів туристичної діяльності. Власний та позиковий капітали підприємства: сутність, склад, класифікація, функції, відмітні особливості. Особливості формування власного та позикового капіталів у залежності від організаційно-правових форм суб'єктів туристичної діяльності. Кредитування як механізм формування позикового капіталу суб'єктів туристичної діяльності.

Економічна сутність поточних витрат суб'єктів туристичної діяльності. Поняття, склад та структура собівартості туристичного продукту / готельного продукту / продукції та послуг ресторанного господарства. Показники оцінки загального обсягу і рівня поточних витрат суб'єктів туристичної діяльності. Фактори, що визначають обсяг та рівень поточних витрат суб'єктів туристичної діяльності. Методичний інструментарій та порядок проведення аналізу поточних витрат суб'єктів туристичної діяльності. Планування обсягу поточних витрат суб'єктів туристичної діяльності.

Механізм ціноутворення в туризмі. Види цін на туристичний продукт. Особливості ціноутворення в туризмі. Фактори формування ціни на туристичний продукт. Структура ціни на туристичний продукт та її складові елементи. Методи ціноутворення в туризмі. Види цінових знижок в туризмі. Цінова політика суб'єктів туристичної діяльності на ринку послуг.

Економічна сутність доходів суб'єктів туристичної діяльності, характеристика їх складу. Види доходів суб'єктів туристичної діяльності. Джерела утворення доходів суб'єктів туристичної діяльності. Поняття туристичної маржі, комісійної винагороди, агентських та інших винагород, методичні підходи до їх розрахунку. Методичний інструментарій та порядок проведення аналізу доходів суб'єктів туристичної діяльності. Обґрунтування планового обсягу доходів суб'єктів туристичної діяльності.

Прибуток суб'єктів туристичної діяльності. Види та джерела утворення прибутку. Класифікація прибутку: залежно від виду діяльності, порядку визначення, методики оцінки, мети визначення, місця виникнення. Поняття мінімального, цільового, нормального та максимального прибутку, методичні підходи до оцінки його розмірів. Поняття рентабельності суб'єктів туристичної діяльності. Показники вимірювання рентабельності суб'єктів туристичної діяльності. Фактори впливу на формування прибутку суб'єктів туристичної діяльності в цілому та за окремими видами діяльності. Обґрунтування потреби в плановому прибутку суб'єктів туристичної діяльності за напрямками використання.

Системи оподаткування в туризмі. Поняття та елементи податків та зборів. Види податків та обов'язкових платежів, що сплачують суб'єкти туристичної діяльності. Спрощена система оподаткування: її сутність та механізм сплати єдиного податку. Методичний інструментарій та порядок проведення аналізу податкових платежів суб'єктів туристичної діяльності.

Економічна сутність інвестицій. Об'єкти та суб'єкти інвестування в туризмі. Поняття інвестиційної діяльності суб'єктів туристичної діяльності. Класифікація інвестицій. Інвестиційні ресурси суб'єктів туристичної діяльності та політика їх формування. Визначення потреби в інвестиційних ресурсах для здійснення реальних та фінансових інвестицій в туризмі. Джерела формування інвестиційних ресурсів. Порядок і етапи розробки плану інвестиційної діяльності суб'єктів туристичної діяльності.

Предмет та зміст бізнес-планування, соціально-економічна сутність бізнес-плану. Основні принципи, функції, цілі та задачі бізнес-планування. Загальні вимоги до бізнес-планів. Класифікація бізнес-планів. Підготовка до розробки та складання бізнес-плану. Структура інвестиційного проекту. Визначення сутності інвестиційного проекту. Бізнес-ідея інвестиційного проекту. Порядок проведення перед проектних досліджень.

Сутність підприємницького ризику в туризмі. Особливості підприємницького ризику як економічної категорії. Класифікація підприємницьких ризиків в туризмі. Методичний інструментарій оцінки рівня ризиків суб'єктів туристичної діяльності. Напрями та заходи щодо профілактики та мінімізації рівня підприємницьких ризиків суб'єктів туристичної діяльності.

Розділ 4. ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИЗМУ

Туристичний продукт: структура, складові, характеристика. Умови та фактори розвитку туризму. Функції та значення туризму в суспільстві. Категорійний апарат у туризмі: туризм, турпродукт, туроператор, турагентство, туристична індустрія, туристична інфраструктура. Туристичні ресурси, їх види, цінність та сталий розвиток.

Сегментація сфери туристичних послуг. Мультифункціональна структура туризму. Національна туристична система. Туристичний ринок: структура, сегментація, важелі регулювання. Геопросторова модель туризму. Споживачі й виробники туристичних послуг. Туристичне посередництво. Детермінанти туристичної активності. Туристичні мережі, консорціуми, корпорації, альянси та інші види інтегрованих туристичних утворень. Мотивація та потреби споживачів (туристів). Попит на туристичні послуги та специфіка його формування.

Статистика туризму: методологія розрахунків та показники розвитку міжнародного туризму. Основні показники, які включені в статистику туризму. Сталий розвиток туризму та DESTINATION. Міжнародні документи, які обумовлюють перспективи розвитку туристичної сфери у світі.

Класифікація туризму за видами та формами. Класифікація маршрутів та турів. Класифікація туристичних підприємств. Типи туристів. Класифікація туристичного обслуговування.

Туристична політика: визначення та класифікація. Світова туристична політика та роль міжнародних організацій в її формуванні, регулюванні. Всесвітня туристична організація: структура, роль та значення у формуванні міжнародних туристичних обмінів. Формування туристичного балансу країни. Країни активного та пасивного туризму. Дія міжнародних контактів та основні концепти міжнародної туристичної політики. Міжнародні туристичні організації: загальні, спеціальні, регіональні. Інтеграційні та глобалізаційні процеси в туризмі. Міжнародна інтеграція в туризмі. Формування та роль транснаціональних корпорацій у сфері туризму.

Структура управління туристичною сферою в Україні. Завдання та функції державної туристичної адміністрації країни. Установи та організації управління туризмом в Україні. Недержавні громадські організації та їх місце у регулюванні та розвитку туристичної сфери. Сучасний стан та перспективи розвитку туризму в Україні. Показники, які характеризують стан туристичного ринку. Державні, національні, регіональні програми (концепції) розвитку туристичних DESTINATION. Програми розвитку окремих видів туризму.

Організаційно-правовий механізм регулювання туристичної діяльності. Туристичне законодавство. ЗУ «Про туризм». Соціальний механізм регулювання. Економічний механізм регулювання. Економічне значення туризму та його внесок у державний, місцевий бюджет. Екологічний механізм регулювання. Екологічний туризм та геологістика природних ресурсів країни. Транскордонне співробітництво та стимулювання міжнародних обмінів у прикордонних зонах (коридорах).

Ліцензування в туризмі. Ліцензійні умови та правила їх виконання. Сертифікація та стандартизація в туризмі (за видами туристичних підприємств і складовими туристичної сфери). Порядок надання туристичних послуг. Регіональні

та місцеві правила й інструкції. Порядок проведення екскурсійної діяльності. Порядок надання дозволів на туристичний супровід. Кваліфікаційні вимоги до екскурсоводів. Ліцензування транспортних туристичних перевезень. Правила ліцензування автотранспортних перевезень, сертифікації маршрутів. Сертифікація закладів готельного та ресторанного бізнесу. Державні стандарти та правила сертифікації закладів гостинності.

Поняття технології. Технологічні процеси, цикли та операції. Процес обслуговування в туристичній фірмі. Основний технологічний процес виробництва туристичних послуг. Основний технологічний процес реалізації туристичних послуг. Характеристика асортименту послуг туристичного оператора. Вибір географії подорожей турорганізатором. Технологія проектування туру. Етапи формування та реалізації туристичного продукту. Типологія туристичних центрів.

Програмне обслуговування в туризмі. Види програмних заходів та їх характеристика. Проектування туристичних маршрутів і турів. Принципи створення та умови виконання програм перебування туристів. Фактори, що впливають на структуру турів та формування програмного забезпечення туристичної подорожі. Дослідження технологічного процесу надання туристичних послуг. Документальне забезпечення туристичного обслуговування.

Види туropераторів та їх характеристика. Система транспортного забезпечення в туризмі та класифікація транспортних засобів. Види транспортних подорожей та їх характеристика. Перевізні документи та правила їх оформлення. Сучасний стан ринку авіаперевезень. Технологія обслуговування туристів на авіатранспорті. Технологія перевезення та обслуговування туристів на залізничному транспорті. Особливості обслуговування водним транспортом та формування круїзних територій. Види круїзів та їх характеристика.

Види автотранспортних перевезень. Організація перевезень на регулярних маршрутах. Особливості організації спеціалізованого автотранспортного маршруту.

Поняття та основні види туристичних формальностей. Світова та національна нормативно-законодавча база виконання туристичних формальностей.

Поняття та основні види туристичних формальностей. Класифікація віз та встановлення візового (безвізового) режиму. Візовий кодекс. Візовий центр. Правила акредитації туристичних компаній в консульській установі посольства іноземної країни. Правила та порядок оформлення української візи іноземним громадянам. Особливості оформлення віз в посольствах різних країн.

Поняття митних формальностей та органи, що забезпечують їх виконання. Правила ввозу в Україну та вивозу з України речей і товарів. Валютні формальності. Правила перевезення валюти та інших цінностей через державний кордон України. Медико-санітарні формальності для туристів. Місцеві туристичні формальності та збори.

Види страхування в туризмі. Обов'язкові види страхування. Правила і порядок страхування туристів та їх майна і порядок виплати страхових сум.

Основні види туристичних документів. Види договорів у туризмі та порядок їх оформлення. Ваучер як основний туристичний документ. Порядок та послідовність оформлення документів індивідуальних туристів.

Процес бронювання послуг готельних, транспортних, екскурсійних

підприємств. Правила взаємодії туристичного та готельного підприємств. Оформлення замовлень на комплексне туристичне обслуговування. Глобальні та альтернативні дистрибутивні системи в туризмі. Своєчасне та несвоєчасне анулювання туристичних послуг.

Основні права та обов'язки туристів. Нормативно-правові акти щодо забезпечення безпеки туристичних подорожей. Фактори ризиків в туризмі та основні заходи щодо нівелювання їх наслідків. Основні умови забезпечення безпеки на транспорті. Правила поведінки туристів у разі надзвичайних ситуацій (тероризм, бандитизм та інші кримінальні дії). Правила поведінки туристів у разі виникнення травмонезбезпеки, шкідливого впливу довкілля та інших несприятливих факторів. Правила поведінки туристів у разі специфічних факторів ризику (природні та техногенні катастрофи).

Спеціалізований туризм. Особливості розвитку певних видів туризму за факторами: ресурсного забезпечення, ринкової кон'юнктури, типів туристів.

Особливості організації відпочинку за системою «All inclusive». Особливості організації «зеленого» туризму. Особливості обслуговування релігійних туристів різних віросповідань. Види спортивно-оздоровчого туризму та їх характеристика. Правила організації та проведення спортивно-оздоровчих туристичних заходів.

Організація екскурсійної діяльності. Правила сертифікації екскурсійної діяльності. Функції екскурсії, їх характеристика. Основні визначення та ознаки екскурсії. Вимоги до вибору екскурсійного об'єкту.

Екскурсійний метод, екскурсійний аналіз. Організація процесу підготовки екскурсії. Показ, розповідь та рух, як основні елементи екскурсії. Правила побудови схеми екскурсійного маршруту. Музейна екскурсія: особливості побудови показу та розповіді. Методичні прийоми проведення екскурсії. Вимоги екскурсійної методики. Культура та техніка мови екскурсовода. Невербальні засоби мовлення.

Поняття «дозвілля». Особливості організації дозвілля туристів. Порядок формування програми анімаційних заходів в готельному/курортному комплексі. Заклади дозвілля та організації їх діяльності. Види розважальних заходів в курортно-оздоровчому комплексі. Види заходів та порядок організації туристичної анімації. Музична та танцювальна анімація в туризмі. Свято як основа комплексної анімації. Масштабні івент-заходи та специфіка їх проведення. Карнавальна анімація. Театри, музеї та кіноконцертні зали як складові організації дозвілля. Масові форми культурно-дозвіллевих заходів та їх організація.

КРИТЕРІЇ

оцінювання знань на вступному фаховому випробуванні для здобуття освітнього ступеня магістра

1. Загальні положення:

Мета фахового випробування – оцінити відповідність знань, умінь та навичок вступників згідно з вимогами програми вступного фахового випробування.

2. Структура екзаменаційного білета:

Екзаменаційний білет з фахового випробування складається з 50-ти закритих тестових завдань.

3. Критерії оцінювання:

- Рівень знань оцінюється за 200-бальною шкалою.
- Серед відповідей на тестове завдання вступнику слід обрати одну правильну.
 - Правильна відповідь на тестове завдання оцінюється у 4 бали, а неправильна – у 0 балів.
 - Особи, які отримали менше 100 балів до наступних випробувань не допускаються та участі у конкурсі не беруть.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

До розділу 1 «Менеджмент»

1. Андрієнко І.Б., Кравець О. М., Писаревський І. М. Менеджмент туризму : навч. посіб. Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ, 2014. 402 с.
2. Дудар Т. Г., Волошин Р. В., Дудар В. Т. Менеджмент : навч. посіб. Київ : Центр учб. л-ри, 2013. 336 с.
3. Ладонько Л. С., Михайловська О. В., Філіпова Н. В. Менеджмент: теорія та практика : навч. посіб. Київ : Кондор, 2015. 268 с.
4. Мельниченко С. В. Менеджмент підприємства туристичної індустрії : навч.-метод. посіб. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. 217 с.
5. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посіб. / Т. М. Афонченкова та ін. ; за заг. ред. О. Є. Лугініна. Київ : Ліра-К, 2012. 364 с.
6. Кузнецова Т. О., Янковська Л. А., Савіна Н. Б., Семчук Ж. В. Менеджмент: теорія та практика : навч. посіб. Львів : Магнолія, 2017. 293 с.
7. Назарчук Т. В., Косіюк О. М. Менеджмент організацій : навч. посіб. Київ : Центр учб. л-ри, 2015. 560 с.
8. Основи менеджменту : підручник / С. І. Бай та ін. ; за заг. ред. А. А. Мазаракі. Харків : Фоліо, 2013. 1406 с.
9. Осовська Г. В., Осовський О. А. Менеджмент : підручник. 4-е вид., перероб. і доп. Київ : Кондор, 2015. 563 с.
10. Палеха Ю., Мошек Г., Миколайчук І. Основи менеджменту. Теорія і практика: навч. посіб. К.: Ліра-К, 2018. 528 с.
11. Панченко Ю. В., Лугінін О. Є., Фомішин С. В. Менеджмент внутрішнього і міжнародного туризму : навч. посіб. Херсон : Олді-плюс, 2013. 342 с.
12. Сагун А. А., Аветисян К.П., Калугина Н.А. Самоменеджмент : учеб. пособ. Одесса : ОНАС им. А.С. Попова, 2012. 144 с.
13. Школа І. М. Менеджмент туризму : підручник. Чернівці : Книги ХХІ, 2011. 464 с.

До розділу 2 «Маркетинг»

1. Балабанова Л. В. Маркетинг : підручник. Київ : КНЕУ, 2011. 543 с.
2. Дубовик Т. В. Інтернет-маркетингові комунікації: монографія. Київ : КНТЕУ, 2014.
3. Дурович А. П. Маркетинг в туризмі : учеб. пособ. 2-е изд., перераб. и доп. Минск : Новое знание, 2001. 496 с.

4. Забалдіна Ю. Б., Полтавська О. В. Маркетинг : опор. конспект лекцій. Київ : КНТЕУ, 2014. 96 с.
5. Карягін Ю. О., Тимошенко З. І., Демура Т. О., Мунін Г. Б. Маркетинг турпродукту : підручник / за заг. ред. Г. Б. Муніна, О. О. Гаци. К. : Кондор, 2009. 394с.
6. Кудла Н. Є. Маркетинг туристичних послуг : навч. посіб. Київ : Знання, 2011. 350 с.
7. Маркетинг : навч. посібник / за наук. ред. С. В. Ковальчук. Львів : Новий світ-2000, 2015. 679 с.
8. Ортинська В. В., Мельникович О. М. Маркетингові дослідження : підручник. 2-ге вид., допов. Київ : КНТЕУ, 2015. 435 с.
9. Скопень М. М., Сукач М. К. Інформаційні системи і технології маркетингу в туризмі : навч. посіб. Київ : Каравела, 2010. 335 с.
10. Соціально-етичний маркетинг : монографія / А. А. Мазаракі, Є. В. Ромат, Г. В. Алданькова та ін. ; за ред. А. А. Мазаракі та Є. В. Ромата. Київ : КНТЕУ, 2013. 327 с.
11. Тенденции и перспективы развития маркетинга в современных условиях : монографія / Е. В. Ромат и др. ; под общ. ред. Е. В. Ромата. Киев-Харьков : ХНАДУ, 2013. 435 с.
12. Шульгіна Л. М., Ткешелашвілі М. Л. Маркетингове управління туристичними підприємствами : монографія. Київ : НТУ «Київ. техн. ін-т»; КНТЕУ, 2011. 295 с.

До розділу 3 «Економіка туризму»

1. Городня Т. А., Щербак А. Ф. Економіка туризму: теорія і практика : навч. посіб. Київ : Кондор, 2018. 435 с.
2. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 223 с.
3. Мазаракі А., Мельниченко С. Туризм в Україні: виклики кризи. Вісник КНТЕУ. 2015. № 2. С. 5–15.
4. Мальська М. П., Рутинський М. Й., Білоус С. В., Мандюк Н. Л. . Економіка туризму: теорія та практика : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2014. 544 с.
5. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 344 с.
6. Сагалакова Н. О. Туризм: бізнес-процеси, ціни і ціноутворення : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 416 с.
7. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу : монографія / Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко, М.Г. Бойко та ін. ; за заг. ред. А. А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. 596 с.
8. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія 2-ге вид., випр. та доп. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. 463 с.
9. Ткаченко Т. І., Гаврилюк С. П. Економіка готельного господарства та туризму : навч. посіб. Київ : КНТЕУ, 2005. 178 с.
10. HoReCa : навч. посіб.: у 3 т. Т.1. Готелі / [А.А. Мазаракі, С.Л. Шаповал, С.В. Мельниченко та ін.] ; за ред. А.А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-економ. ун-т,

2016. 348 с.

11. HoReCa : навч. посіб.: у 3 т. Т.2. Ресторани [А.А. Мазаракі, С.Л. Шаповал, С.В. Мельниченко та ін.] ; за ред. А.А. Мазаракі. Київ: Київ. нац. торг.-економ. ун-т, 2016. 348 с.

12. HoReCa : навч. посіб. : у 3 т. – Т. 3. Кейтеринг / [А.А. Мазаракі, С.Л. Шаповал, С.В. Мельниченко та ін.] ; за ред. А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 448 с.

13. Clement, A. Handbook of Tourism Economics: Analysis, New Applications and Case Studies. Kindle ed. WSPC, 2013. 1001 p.

14. Tribe, J. The Economics of Recreation, Leisure and Tourism. 5th ed. Routledge, Taylor & Francis Group, 2016. 460 p.

15. Vanhove, N. The Economics of Tourism Destinations: Theory and Practice. 3rd ed. Routledge, Taylor & Francis Group, 2018. 364 p.

До розділу 4 «Організація туризму»

1. Про туризм : Закон України від 18.11.2003 № 1282-IV. *Голос України*. 2003. 26 груд. С.10–13.

2. Бабарицька В., Короткова А., Малиновська О. Екскурсознавство і музеєзнавство: навч. посіб. Київ: Альтерпрес, 2007. 464 с.

3. Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес: теорія та практика : навч. посіб. Київ : Центр учбов. л-ри, 2007. 424 с.

4. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. 493 с.

5. Михайліченко Г.І. Інноваційний розвиток туризму : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 608 с.

6. Михайліченко Г. І., Єременко А.Ю. Організація туристичних подорожей : навч. посіб. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. 392 с.

7. Организация туризма : учеб. пособ. / под ред. Н. И. Кабушкина, А. П. Дуровича. Минск : Новое знание, 2003. 632 с.

8. Паращак О. Огляд ринку страхування туристів в Україні. *Страхова справа*. 2004. № 1 (13). С. 44–59.

9. Сокол Т. Г. Організація туристичної діяльності в Україні : навч. посіб. Київ: Рокор, 2002. 200 с.

10. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності. Київ : Грамота, 2006. 264 с.

11. Старовойтенко О. Принципи систематизації видів туризму. *Економіка України*. 2002. № 5. С. 48–54.

12. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. 537 с.

13. Туристські дестинації (теорія управління, бренд) : монографія / Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко, М.Г. Бойко, Г.І. Михайліченко, Н.І. Ведмідь [та ін.] ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. 347 с.

14. Чагайда І.М., Грибанова С.В. Екскурсознавство : навч. посіб. Київ : Грамота, 2004. 237 с.

15. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії : навч. посіб. Київ : Атіка, 2006. 254 с.