

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ВІННИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

*Факультет економіки та підприємництва*

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Ректор

\_\_\_\_\_ В. А. Мазур

від «\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 року

**Програма**

**додаткового фахового вступного випробування  
для здобуття ступеня магістра  
за спеціальністю 242 «Туризм»**

**Програму підготували:** Ставська Ю.В., д.е.н., доцент  
Головня О. М., д.е.н., доцент  
Табенська О. І., к.е.н., старший викладач

**Рекомендовано до видання Вченою радою Вінницького національного аграрного університету:**

(протокол від «\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 р. №\_\_)

Схвалено науково-методичною комісією Вінницького національного аграрного університету:

(протокол від «16» лютого 2021 р. №7)

**Рекомендовано до видання Вченою радою факультету економіки та підприємництва:**

(протокол від «16» лютого 2021 р. №6)

Схвалено науково-методичною комісією факультету економіки та підприємництва:

(протокол від «15» лютого 2021 р. №6)

## **ЗМІСТ**

### **ВСТУП**

- 1. Мета додаткового фахового вступного випробування**
  - 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ЗМІСТУ ПРОГРАМИ**
    - 2.1. Економіка туризму;
    - 2.2. Маркетинг;
    - 2.3. Менеджмент.
  - 3. Вимоги до здібностей і підготовленості абітурієнтів**
  - 4. Порядок проведення додаткового фахового вступного випробування**
  - 5. Структура екзаменаційного білета**
  - 6. Критерії оцінювання додаткового фахового вступного випробування**
  - 7. РЕКОМЕНДОВАНЯ ЛІТЕРАТУРА**
- ДОДАТКИ. Зразок екзаменаційного завдання**

## **ВСТУП**

Додаткове фахове вступне випробування проводиться з метою оцінювання рівня підготовки вступників, ступеня володіння професійними знаннями для подальшого опанування освітнього ступеня «магістр» зі спеціальності 242 «Туризм», галузі знань 24 «Сфера обслуговування».

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

### **1. Мета додаткового фахового вступного випробування**

Метою програми є забезпечення вступників інформацією щодо структури та змісту додаткового фахового вступного 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 підготовки ОКР «бакалавр». Програма складається з таких розділів:

Зміст програма додаткового фахового вступного випробування складається з чотирьох розділів:

Розділ 1. Економіка туризму;

Розділ 2. Маркетинг;

Розділ 3. Менеджмент

## **ХАРАКТЕРИСТИКА ЗМІСТУ ПРОГРАМИ**

### **Розділ 1. Економіка туризму**

1.1. Роль і місце туризму в народогосподарському комплексі та в системі ринкового господарства України.

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

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

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

1.2. Економічні основи функціонування підприємств туризму системі ринкових відносин.

Поняття підприємства туризму. Підприємство як самостійний господарюючий статутний суб'єкт, як юридична особа. Права підприємства в галузі планування, управління ресурсами (матеріальними, трудовими та фінансовими), в розпорядженні доходами і прибутком та інше.

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

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

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

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

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

Поняття економічних ресурсів та ресурсного потенціалу підприємств туристичної індустрії. Елементи ресурсного потенціалу. Форми економічного вза-

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

#### 1.5. Матеріальні ресурси підприємств туристичної індустрії.

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

#### 1.6. Трудові ресурси підприємств туризму, ефективність їх використання.

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

#### 1.7. Фінансові ресурси підприємств туризму

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

Поняття фінансових ресурсів підприємств туризму. Поняття та склад майна підприємства. Особливості його формування в підприємствах з різними

формами власності та організаційно-правовою формою діяльності .

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

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

#### 1.8. Управління обсягом реалізації послуг в туристичних підприємствах.

Суттєвість та структура обсягу пропозиції від реалізації послуг в підприємствах туризму. Поняття, характеристика та склад туристського продукту, його різновиди та особливості надання. Комплексність та структура послуг у складі туристського продукту. Показники оцінки обсягу наданих послуг в турагенствах і туроператорах, в бюро подорожей та екскурсбюро, інших. Порядок аналізу обсягу реалізації туристичних послуг. Фактори, що впливають на обсяг реалізації послуг в туристичних підприємствах. Їх кількісна оцінка.

Методика планування обсягу реалізації туристичних послуг в цілому та окремих видів. Особливості формування виручки від реалізації турпродукту за іноземну валюту. Критерії управління обсягом реалізації послуг турпідприємств . Методи оперативного регулювання обсягу та структури реалізації послуг туризму.

Визначення обсягу реалізації послуг туризму в критичних точках: безбиткової діяльності, мінімальної і нормальної рентабельності.

#### 1.9. Інвестиційна політика підприємств туризму

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

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

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

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

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

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

## **Розділ 2. Маркетинг**

### **3.1. Суть маркетингу в туризмі. Поняття маркетингу. Маркетинг послуг.**

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

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

3.3. Територіальна структура туристичного ринку. Ринок споживача. Ринок виробника. Екскурсійний пункт. Туристсько-екскурсійний центр. Туристично-рекреаційний вузол. Курорт. Курортна місцевість. Курортний район. Курортна зона. Територіальний рекреаційний комплекс (ТРК). Умови та можливості виходу фірми на туристичний ринок. Сегментація ринку в туризмі. Сегментація туристичного ринку. Переваги сегментації. Методи сегментації туристичного ринку. Географічний метод. Соціодемографічний метод. Психологічний метод. Сегментація WTO. Система "Євростиль". Сегментація Г. Гана. Відбір цільових сегментів. Недиференційований, диференційований та концен-



трований маркетинг. Поняття позиціювання туристичного продукту. Способи позиціювання туристичного продукту. Репозиціювання. Стратегії репозиціювання турпродукту.

### 3.4. Туристичний продукт.

Туристичний продукт. Туристична послуга. Основні туристичні послуги. Додаткові послуги. Супутні послуги. Товари спеціального призначення. Різні підходи до визначення туристичного продукту. Вимоги до туристичного продукту. Структура туристичного продукту. Потенційний продукт. Політика турпродукту. Класифікація турів. Курортно-лікувальні, рекреаційні, культурно-пізнавальні, спортивні, ділові, наукові (конгресні), релігійні, етнічні, індивідуальні (інклюзив-тури), групові, комплексні (пекидж-тури), організовані; самодіяльні, цілорічні, сезонні, короткострокові, середньострокові, довгострокові, V.I.P.-тури, люкс-апартамент, люкс-тури, тури першого класу, туристичного класу, кемпінг. Повний пансіон, напівпансіон, ліжко-сніданок. Лінійні, кільцеві, транспортні, пішохідні, наземні, водні, повітряні, внутрішні, міжнародні. тури.

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

3.6. Цінова політика туристичних підприємств. Поняття ціни. Особливості цін в туризмі. Цінова політика та її етапи. Цілі ціноутворення в туризмі. Максимізація прибутку. Лідерство в якості. Лідерство на ринку. Утримання ринкових позицій. Фактори ціноутворення. Внутрішні та зовнішні фактори. Методи ціноутворення. Ціноутворення на основі витрат. Ціноутворення з орієнтацією на рівень конкуренції. Ціноутворення з орієнтацією на туристичний попит. Цінова стратегія. Стратегія зняття вершків (високих цін). Стратегія проникнення на ринок. Ефект досвіду. Стратегія престижних цін. Стратегія слідування за лідером. Стратегія сповзаючої ціни. Стратегія ціни сегменту ринку. Стратегія цінних маніпуляцій. Вибір цінової стратегії.

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

### 3.8. Маркетингові комунікаційні системи в туризмі.

Маркетингові комунікації в туризмі. Складові маркетингової комунікації. Нерекламні методи просування турпродукту. Стимулювання збуту. Етапи

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

### **Розділ 3. Менеджмент**

#### **4.1. Основні поняття і управлінські категорії туризму**

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

#### **4.2. Основні етапи розвитку менеджменту.**

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

#### **4.3. Особливості туризму як об'єкту управління.**

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

#### **4.4. Система і структура управління туризмом.**

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

обов'язку і відповідальності між різними рівнями туристських організацій.

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

#### 4.5. Функції і принципи управління туризмом.

Суть і взаємозв'язок функцій управління. Характеристика основних функцій управління туризмом. Функція планування. Типи планів. Стратегічне і тактичне планування. Принципи планування. Функція організації. Принципи використовувані при виконанні функції «організація». Функція мотивації. Сучасні теорії мотивації. Змістовні теорії мотивації. Ієрархія потреб, по Маслоу. Теорія потреб Мак Клеlland. Теорія, двохчинника Герцберга. Процесуальні теорії мотивації. Функція контролю. Технологія контролю. Вимоги - критерії контролю. Види контролю. Принципи управління туризмом і їх характеристика.

#### 4.6. Методи управління туризмом

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

#### 4.7. Управління персоналом

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

#### 4.8. Організація праці менеджера турфірми

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

хнічне забезпечення і механізація праці. Створення сприятливих умов праці. Вимоги до організації робочих місць менеджера турфірми. Комплексний план раціональної організації праці менеджера турфірми. Культура управлінської праці. Основні елементи культури управлінської праці, їх характеристика.

#### 4.9. Управлінські рішення

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

#### 4.10. Особа, влада і авторитет менеджера туристської фірми

Вимоги до менеджера. Концепція обмежень, її суть. Влада і особистий вплив. Делегування повноважень. Форми влади. Модель впливу керівника на підлеглого. Способи впливу на підлеглих. Характеристика основних характерів і темпераментів особи менеджера. Авторитет менеджера. Авторитет, як система. Різновиди помилкового авторитету.

#### 4.11. Стиль керівництва туристською фірмою

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

#### 4.12. Управління конфліктами і стресами

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

#### 4.13. Мистецтво спілкування і ділові переговори

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

#### 4.14. Ефективність менеджменту туризму

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

### **3. Вимоги до здібностей і підготовленості абітурієнтів**

Цілі письмового тестування з фахових дисциплін:

- перевірити відповідність знань, вмінь та навичок вступників вимогам навчальних програм;
- оцінити рівень підготовленості абітурієнтів до подальшого навчання в університеті.

Вимоги до освітньо-професійної підготовки з фахових дисциплін:

Мета та завдання вивчення фахових дисциплін полягає у виявленні рівня підготовки абітурієнта, володіння професійними знаннями для опанування освітнього ступеня «магістр» спеціальності 242 «Туризм» на основі ОКР «бакалавр»

Загальні вимоги:

- вступник повинен знати основні програмні положення з фахових дисциплін: «Економіка туризму», «Маркетинг», «Менеджмент».
- вміти застосовувати вивчений теоретичний матеріал та практичні навички під час виконання тестових завдань.

### **4. Порядок проведення додаткового фахового вступного випробування**

Білет письмового тестування з фахових дисциплін складається з 50 закритих тестових завдань. Вступнику потрібно обрати одну правильну (найбільш повну) відповідь.

1. Якщо відповідь на тест надана правильно, то виставляється максимальний бал (2 бали).
2. Якщо відповідь на тестові завдання є неправильною, то виставляється 0 балів.
3. Загальна кількість балів, яку може набрати абітурієнт – 100.
4. Мінімальна сума балів з випробування дорівнює 60.

## 5. Структура екзаменаційного білета

Структура тестових завдань до фахового випробування зі спеціальності 242 «Туризм»

<b>Назва дисципліни</b>	<b>Кількість тестів</b>
Економіка туризму	10
Маркетинг	5
Менеджмент	10

**6. Критерії оцінювання додаткового фахового вступного випробування для здобуття ступеня магістра за спеціальністю 242 «Туризм»**

***Критерії оцінки результатів тестування***

Завдання	Бали
Тестове запитання (1-25)	по 4 бали за кожне
Максимальна сума – 100 балів	

***Шкала оцінювання додаткових фахових вступних випробувань***

Бали	Оцінка
100-90	ВІДМІННО
85,5-75	ДУЖЕ ДОБРЕ
74,5-70	ДОБРЕ
69,5-60	ЗАДОВІЛЬНО
59,5-0	НЕЗАДОВІЛЬНО

Шкала оцінювання вступних фахових випробувань від 0 до 100 балів.

Кожне завдання 4 бали

## 7. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### Рекомендована література з дисципліни «Економіка туризму»

1. Балашова Р. І. Організація діяльності туристичного підприємства : навч. посібник / Р. І. Балашова. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 184 с.
2. Городня Т. А. Економіка туризму: теорія і практика : навч. посібник / Т. А. Городня, А. Ф. Щербак. – К. : Кондор, 2012. – 436 с.
3. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу : навч. посібник / Л. П. Дядечко. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 224с.
4. Здоров А. Б. Экономика туризма : Учебник / А. Б. Здоров. – М : Финансы и статистика, 2007. – 272с.
5. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навч. посібник / П. Р. Пуцентейло. – К. : Центр навчальної літератури, 2007. – 344с.
6. Экономика и организация туризма: международный туризм : Учеб. пособие / Под ред.
7. Яковлев Г. А. Экономика и статистика туризма : Учеб. пособие / Г. А. Яковлев. – 4-е изд., перераб. и допол. – М : РДЛ, 2007. – 480с.

### Рекомендована література з дисципліни «Маркетинг»

1. Калетнік Г. М. Менеджмент та маркетинг Київ: Хай-Тек Пресс, 2011-245с.
2. Бриггс С. Маркетинг в туризме = Susan Briggs Tourism Marketing / С. Бриггс. – Пер. со 2-го англ. изд. М.Ю.Зарицкой. – К : Знання-Прес, 2005. – 358с. – (Европейский маркетинг).
3. Виноградська А. М. Технологія комерційного підприємництва : Навч. посібник / А. М. Виноградська. – К : Центр навчальної літератури, 2006. – 780с.
4. Квартальнов В. А. Туризм : Учебник / В. А. Квартальнов. – 2-е изд., перераб. – М : Финансы и статистика, 2007. – 336с. : ил.
5. Лужанська Т. Ю. Сільський туризм : історія, сьогодення та перспективи : навч. посібник / Т. Ю. Лужанська, С. С. Махлинець, Л. І. Тебляшкіна ; за ред. д.г.н., професора І.М. Волошина. – К. : Кондор, 2008. – 385с.
6. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. – К. : Знання, 2008. – 661с.
7. Мальська М. П. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика : навч. посібник / М. П. Мальська, О. Ю. Бордун. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 248 с.



8. Мальська М. П. Планування діяльності туристичних підприємств : Навч. посібник / М. П. Мальська, О. Ю. Бордун. – К : Знання, 2005. – 241с.
9. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика : підручник / М. П. Мальська, В. В. Худо. – 2-ге вид.,перероб. та допов. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 68 с.
- 10.Маркетинг соціальних послуг : навч. посібник / В. Г. Воронкова, С. Л. Катаєв, О. М. Кіндратець та ін. ; під. ред. В.Г. Воронкової. – К. : Професіонал, 2008. – 576 с.
- 11.Маркетинг турпродукту : підручник / Ю. О. Карягін, З. І. Тимошенко, Т. О. Демура, Г. Б. Мунін ; за заг. ред. Г.Б. Муніна, О.О. Гази. – К. : Кондор, 2009. – 394 с.
- 12.Маркетинг у туристичній індустрії : опорний конспект лекцій / авт.: Л. М. Шульгіна. – К. : КНТЕУ, 2010. – 99 с.
- 13.Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу : навч. посібник / Г. Б. Мунін, Ю. О. Карягін, Х. Й. Роглев, С. І. Руденко ; за заг. ред. М.М. Поплавського, О.О. Гаца. – К. : Кондор, 2008. – 460с.
- 14.Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посібник / Т. М. Афонченкова, О. В. Булюк, Б. П. Масенко та ін. ; за заг. ред. О. Є. Лугініна. – К. : Ліра-К, 2012. – 364 с.
- 15.Менеджмент туристичної індустрії : Навч. посібник / І. М. Школа, Т. М. Ореховська, І. Д. Козьменко та ін. ; За ред. І.М Школи. – Чернівці : Книги-XXI, 2005. – 596с.
- 16.Новітній маркетинг : навч. посібник / Є. В. Савельєв, С. І. Чеботар, Д. А. Штефанович та ін. ; за ред. Є.В. Савельєва. – К. : Знання, 2008. – 420 с. – (Вища освіта ХХІ століття).
- 17.Правик Ю. М. Маркетинг туризму : підручник / Ю. М. Правик. – К. : Знання, 2008. – 303 с. – (Вища освіта ХХІ століття).
- 18.Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навч. посібник / П. Р. Пуцентейло. – К. : Центр навчальної літератури, 2007. – 344с.
- 19.Рутинський М. Й. Зелений туризм / М. Й. Рутинський, Ю. В. Зінько. – К. : Знання, 2008. – 271 с.
- 20.Рутинський М. Й. Сільський туризм : навч. посібник / М. Й. Рутинський, Ю. В. Зінько. – К. : Знання, 2006. – 271с.
- 21.Саак А. Э. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме : Учеб. пособие / А. Э. Саак, Ю. А. Пшеничных. – С.Пб. : Питер, 2007. – 480с. : ил. – (Учебное пособие).
- 22.Сенин В. С. Туризм: мини-словарь : Учеб. пособие / В. С. Сенин. – М : Финансы и статистика, 2007. – 64с.
23. Холловой Д. К. Туристический бизнес = The Business of Tourism / Дж .К. Холловой, Н. Тейлор. – Пер. с 7-го англ. изд. – К : Знання, 2007. – 798с.

24. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії : Навч. посібник / Н. В. Чорненька. – К : Атіка, 2006. – 264с.
25. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії : навч. посібник / Н. В. Чорненька. – 3-тє вид., доп. і перероб. – К. : Атіка, 2009. – 392 с.
26. Экономика и организация туризма: международный туризм : Учеб. пособие / Под ред. И.А. Рябовой, Ю.В. Забаева, Е.Л. Драчевой. – 3-е изд., испр. и доп. – М : КНОРУС, 2007. – 576с.

### **Рекомендована література з дисципліни «Менеджмент»**

1. Калетнік Г. М. Менеджмент та маркетинг Київ: Хай-Тек Пресс, 2011-245с.
2. Жукова М. А. Менеджмент в туристском бизнесе : Учеб. пособие / М. А. Жукова. – 2-е изд., стер. – М : КНОРУС, 2006. – 192с.
3. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма : Учебник / Н. И. Кабушкин. – 7-е изд., стер. – Минск : Новое знание, 2007. – 408с.
4. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика : підручник / М. П. Мальська, В. В. Худо. – 2-ге вид., перероб. та допов.–К. : Центр учбової літератури, 2012. – 368 с.
5. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посібник / Т. М. Афонченкова, О. В. Булюк, Б. П. Масенко та ін. ; за заг. ред. О. Є. Лугініна. – К. : Ліра-К, 2012. – 364 с.
6. Менеджмент підприємства туристичної індустрії : опорний конспект лекцій / уклад. С.В. Мельниченко. – К. : КНТЕУ, 2008. – 95с.
7. Менеджмент туристичної індустрії : Навч. посібник / І. М. Школа, Т. М. Ореховська, І. Д. Козьменко та ін. ; За ред. І.М Школи. – Чернівці : Книги-XXI, 2005. – 596с.
8. Новиков В. С. Менеджмент в туризме : Учеб. пособие / В. С. Новиков. – М : Книгодел, МАТГР, 2006. – 166с.
9. Саак А. Э. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : Учеб. пособие / А. Э. Саак, Ю. А. Пшеничных. – С.Пб. : Питер, 2007. – 512с. : ил. – (Учебное пособие).
10. Холловой Д. К. Туристический бизнес = The Business of Tourism / Дж. К. Холловой, Н. Тейлор. – Пер. с 7-го англ. изд. – К : Знання, 2007. – 798с.
11. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії : Навч. посібник / Н. Чорненька. – К : Атіка, 2006. – 264с.
12. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії : навч. посібник / Н. В. Чорненька. – 3-тє вид., доп. і перероб. – К. : Атіка, 2009. – 392 с.
13. Экономика и организация туризма: международный туризм : Учеб. пособие / Под ред. И.А. Рябовой, Ю.В. Забаева, Е.Л. Драчевой. – 3-е изд., испр. и доп. – М : КНОРУС, 2007. – 576с.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ВІННИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Факультет економіки та підприємництва

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Ректор

\_\_\_\_\_ В.А.Мазур

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 р.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ ДОДАТКОВОГО ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ  
для здобуття ступеня магістра  
за спеціальністю 242 «Туризм»

**Варіант №1**

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

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

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

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

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

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

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

**4. Комунікативна форма діяльності – це:**

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

**5. Скільки існує типів послуг?**

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

**6. Послуги можуть бути:**

1. матеріальні та нематеріальні, індивідуальні та колективні;

2. виробничі та невиробничі, комерційні та некомерційні;
3. усі відповіді вірні;
4. немає правильної відповіді.

**7. Абстрактна теоретична модель сервісної діяльності, яка включає правила обслуговування, стандарти якості, технології надання послуги – це:**

1. ідеальна послуга;
2. реальна послуга;
3. виробнича послуга;
4. немає правильної відповіді.

**8. До розподільчого типу послуги не відноситься:**

1. зв'язок;
2. рекламні послуги;
3. транспорт;
4. немає правильної відповіді.

**9. В розрізі сервісної діяльності економіка туризму вивчає:**

1. поведінку людей, які виробляють, розподіляють, обмінюють, споживають туристичний продукт на всіх рівнях даної сфери господарства з метою задоволення потреб населення туристичними послугами;
2. об'єктивні фактори, що породжують потреби людей в туристичних послугах, зміст і характер цих потреб;
3. немає вірної відповіді;
4. економічна поведінка людей, що споживають туристичний продукт.

**10. Послуга не володіє такою спеціальною особливістю, як:**

1. вона не зберігається;
2. її неможливо відділити від людини, яка її надає;
3. має матеріальну основу;
4. усі відповіді вірні.

## **2. Тестові завдання (5 тестів з дисципліни «Маркетинг»)**

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

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

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

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

**3. Об'єктами маркетингу у туризмі є:**

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

**4. Мета маркетингової діяльності підприємства туристичного бізнесу полягає у:**

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

**5. Які функції маркетингу у туристичній індустрії?**

1. орієнтація на комерційний успіх;
2. стимулювання збуту;
3. цінова політика;
4. комплексний аналіз зовнішнього середовища.

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

**1. Як слід розуміти термін «менеджмент»?**

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

**2. Як слід розуміти функцію мотивації?**

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

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

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

**4. Що створює структуру управління організацією?**

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

**5. На чому базуються принципи менеджменту?**

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

**6. Який з факторів не відноситься до внутрішнього середовища організації?**

1. цілі;
2. структура;
3. постачальники;
4. технології.

**7. Що не відноситься до загальних характеристик організації?**

1. наявність ресурсів;
2. необхідність управління;
3. горизонтальний розподіл праці;
4. соціальний контроль.

**8. Назвіть організаційні процеси як складову внутрішньоорганізаційного менеджменту:**

1. технічні засоби;
2. комунікації;
3. прийняття рішень; фінанси.

**9. На що направлений аналіз зовнішнього середовища організації?**

1. на визначення сильних сторін організації;
2. на виявлення слабких сторін організації;
3. на виявлення зовнішніх можливостей та загроз;
4. всі відповіді вірні.

**10. За допомогою чого здійснюється керівництво організацією?**

1. за допомогою функцій, методів менеджменту, комунікацій, прийняття управлінських рішень;
2. за допомогою методів менеджменту;
3. за допомогою комунікацій та методів менеджменту;
4. за допомогою законів та закономірностей.

Затверджено на Вченій раді факультету економіки та підприємництва

Протокол № 7 від «16» лютого 2021 року

Голова фахової атестаційної комісії

\_\_\_\_\_ А.А. Брояка

**Шкала оцінювання за 100-бальною шкалою (від 0 до 100 балів),  
кожне запитання 4 бали**