

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ ТА ТУРИЗМУ**

ЗАТВЕРДЖЕНО

Протоколом засідання вченої ради ННІУ

від __. __.2023 № __

**Програма підсумкової атестації для
здобувачів вищої освіти ОС «Бакалавр»**

**Освітньо-професійна програма «Туризм»
Спеціальність 242 «Туризм»
Навчально-науковий інститут управління**

Київ - 2023

Програма комплексного кваліфікаційного державного екзамену для студентів спеціальності 242 «Туризм» денної та заочної форм навчання

Розробники: А.В. Балабаниць, професор кафедри маркетингу та туризму МДУ,
доктор економічних наук
О.О. Рібейро Рамос, доцент кафедри маркетингу та туризму МДУ,
кандидат економічних наук
К.А. Горюнова, старший викладач кафедри маркетингу та туризму
МДУ

Програму комплексного кваліфікаційного державного екзамену схвалено на засіданні кафедри маркетингу та туризму

Протокол від « 20 » вересня 2022 року № 3

ЗМІСТ

ЗАГАЛЬНА ЧАСТИНА.....	4
БЛОК №1. ТЕОРЕТИЧНІ ПИТАННЯ	14
БЛОК №2. ТЕСТОВІ ЗАВАННЯ.....	24
БЛОК №3. РОЗРАХУНКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАВДАННЯ.....	69
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ПІДСУМКОВОЇ АТЕСТАЦІЇ	75
ЛІТЕРАТУРА	81
ДОДАТКИ.....	82

ЗАГАЛЬНА ЧАСТИНА

Державні іспити проводяться з метою перевірки рівня теоретичних знань та практичних навиків студентів-випускників спеціальності 242 «Туризм» після вивчення теоретичних курсів спеціальних дисциплін:

- Економічна теорія;
- Географія туризму та туристичне країнознавство;
- Організація туризму;
- Аналіз діяльності підприємств туризму;
- Економіка туризму
- Управління туристичною діяльністю.

Завдання, складені у відповідності з програмами спеціальних дисциплін, місять у собі три блока завдань:

- перший блок – теоретичні питання;
- другий блок – тестові завдання;
- третій блок - аналітично-розрахункове завдання.

Усього один пакет завдань для проведення державних іспитів містить 15 варіантів.

Тривалість розв'язання: 2 астрономічні години. Передбачається користування обчислювальною технікою.

Кожний варіант передбачає перевірку теоретичних знань та практичних навиків розрахунку та аналізу показників управлінської діяльності в галузі туризму.

Програма підсумкової атестації для здубачів вищої освіти ОС «Бакалавр» спрямована на перевірку сформованих компетентностей студентів відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів зі спеціальності «Туризм» Маріупольського державного університету:

Інтегральна компетентність: здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у певній галузі професійної діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів відповідної науки і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності:

- здатність діяти громадянськи свідомо на основі загальнолюдських ціннісних орієнтирів, вміння застосовувати основні принципи функціонування сучасного суспільства сталого розвитку та його соціальних інститутів в умовах ринкових відносин, дотримуватися основ безпеки професійної діяльності та здорового способу життя;

- здатність до збору, обробки, збереження, продукування, передачі й аналізу професійно важливої інформації з різних джерел;

- здатність ефективно формувати і комунікаційну стратегію; працювати в команді з дотриманням етичних норм та цінностей мультикультурного і суспільства; спілкуватися рідною та іноземною мовами усно та письмово;

- здатність розвивати вміння вчитися упродовж життя з високим ступенем автономії, розробляти власну траєкторію саморозвитку;

- здатність приймати обґрунтовані рішення, у тому числі у професійній діяльності.

- здатність орієнтуватися у правовому середовищі, користуватися правами і свободами людини і громадянина, і оцінювати правові механізми забезпечення господарської діяльності.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

- критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і категорій Туризму;
 - розв'язання складних непередбачуваних завдань і проблем у спеціалізованих сферах туристичної діяльності, що передбачає збір та інтерпретацію інформації . вибір методів та інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів;
 - здатність забезпечити документальний супровід туристичної діяльності підприємства (організації, установи), використання нормативно- правової бази під час вирішення організаційних питань та проблем, дотримання правових та регламентних норм при укладанні трудових договорів та ділових контрактів;
 - уміння ініціювати та формулювати на практиці нові туристичні програми, продукти та послуги, обґрунтовувати мету і завдання з їх впровадження, визначати необхідні ресурси для їх реалізації;
 - обізнаність в сфері міжнародних та регіональних туристичних ринків, їх туристичного ресурсного потенціалу та особливостей локальної інфраструктури, необхідної для об'єктивного формування складових туристичної пропозиції;
 - володіння професійними знаннями у питаннях сертифікації та стандартизації туристичних послуг та організації туристичної діяльності, вміння проводити аналіз та оцінку якісного стану туристичних послуг та формувати пропозиції з їх удосконалення;
 - здатність до аналізу і синтезу значущих процесів, що відбуваються в туристичній сфері, використовувати історичний досвід, актуальні технологічні та маркетингові розробки у вирішенні і актуальних проблем і завдань розвитку і туристичної діяльності;
 - володіти спеціальними знаннями з точки зору надання туристичних послуг, актуалізації туристичного попиту у вигляді завершеного продукту, вміння комбінувати та інтегрувати наявну туристичну пропозицію до комплексу конкурентоспроможних туристичних продуктів;
 - мати фахові знання з організації окремих напрямків туристичної роботи:
 - створенні переліку та калькуляції вартості туристичних послуг, обробки та аналізу вхідної інформації, формуванні комплексних турів, організації екскурсій, забезпеченні інформаційної, рекламної та сервісної підтримки діяльності підприємства, наданні консультаційної та організаційної допомоги клієнтові;
 - здатність забезпечити планування та координацію необхідного транспортного обслуговування в рамках наданих туристичних послуг, дотримання міжнародних та національних вимог безпеки туристів, забезпечення необхідного рівня якості туристичного продукту;
 - володіння сучасним рівнем інформаційної та комп'ютерної культури, наявність практичних навичок роботи на сучасній комп'ютерній та офісній техніці;
 - уміння будувати ефективну комунікаційну мережу для швидкого обміну інформацією та налагодження зворотного зв'язку в мікро- та макросередовищі туристичного підприємства (організації, установи).
- Програма використовується для перевірки сформованих програмних результатів навчання, передбачених освітньо-професійною програмою підготовки бакалаврі за спеціальністю 242 «Туризм» (ОПП «Туризм») у Маріупольському державному університеті:
- світоглядні знання про загальнолюдські ціннісні орієнтири, буття людини, найістотніші взаємовідносини з природою, суспільством і духовним життям, про суспільноісторичну природу релігії, про сутність соціально-політичних процесів, що відбувались у минулому й відбуваються в сучасній Україні, усвідомлення сутності соціального життя та соціальної структури суспільства;

- знання основ безпеки професійної діяльності та здорового способу життя;
- вміння збирати, обробляти, зберігати, продукувати, передавати й аналізувати професійно важливу інформацію з різних джерел;
- знання з культурології, етики й естетики, уявлення про форми, види культури й механізми соціокультурної регуляції життєдіяльності суспільства, форми логічного мислення; набуття вмінь та навичок етичного, естетичного та загальнокультурологічного аналізу;
- навички комунікації рідною та іноземними мовами в усній і письмовій формах у сферах професійного та ситуативного спілкування;
- знання закономірностей психічної діяльності особистості та усвідомлення потреби в особистісному розвитку; вміння будувати позитивні стосунки з оточенням і досягати індивідуальних цілей у процесі навчання;
- вміння приймати обґрунтовані рішення у суспільній та професійній діяльності.
- знання основ теорії держави і права, основних прав і свобод людини, методів правового регулювання економіки;
- розуміння сутності природно-суспільних явищ, теорій, принципів та основ розвитку туристичної сфери, природи і мислення, уміння оперувати соціально- філософськими категоріями та поняттями;
- уміння критично оцінювати та прогнозувати соціальні, економічні, політичні, екологічні, культурні та інші події та явища;
- вміння розробляти ефективну стратегію діяльності туристичного підприємства, з метою підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу, визначати ключові аспекти діяльності на основі оцінки конкурентоспроможності туристичних послуг;
- володіти знаннями в галузі етнічних, соціально-культурних, історичних, географічних та інших особливостей туристичних регіонів, окремих територій та місцевостей, необхідними для формування адресного туристичного продукту та забезпечення високого рівня якості туристичних послуг;
- всебічне розуміння сутності сучасних соціально-економічних відносин в галузі туризму, а також вміння прогнозувати тенденції та наслідки глобалізації міжнародних туристичних процесів та їх впливу на регіональні туристичні ринки;
- здатність самостійно проводити оцінку наявного потенціалу та перспектив освоєння нових туристичних дестинацій, відповідно до маркетингової стратегії туристичного підприємства (організації, установи);
- здатність самостійно виконувати науково-дослідницьку, експертнооцінювальну роботу в сфері аналізу туристичних ринків та процесів, що впливають на особливості, умови та перспективи надання туристичних послуг;
- вміння організовувати туристичні заходи в спеціалізованих сферах туристичної діяльності, у відповідності до міжнародних та національних стандартів, правил та вимог до якості туристичних послуг, зокрема в сфері спортивного, індустріального, мисливського, пригодницького та інших видах туризму;
- здатність здійснювати маркетингові дослідження для розробки та реалізації різних видів та форм туристичної продукції, забезпечення процесів організації та контролю роботи туристичного підприємства (організації, установи).

Програма підсумкової атестації для спеціальності «Туризм» складено відповідно до Освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів зі спеціальності «Туризм» Маріупольського державного університету.

1 Вимоги до підсумкової атестації осіб, які навчаються у Маріупольському державному університеті

1.1 Підсумкова атестація випускників за спеціальністю «Туризм» здійснюється за допомогою засобів об'єктивного контролю ступеня досягнення кінцевих цілей освітньо-професійної підготовки.

1.2. Атестація проводиться на підставі оцінки рівня професійних знань, умінь та навичок випускників, передбачених освітньо-професійною програмою підготовки бакалаврів зі спеціальності «Туризм» Маріупольського державного університету, з використанням загальнодержавного методу комплексної діагностики, а саме складання комплексного

1.3. Інформаційною базою, на підставі якої формуються засоби об'єктивного контролю ступеня досягнення кінцевих цілей освітньо-професійної підготовки, є змістовні модулі, з яких складаються анотації дисциплін, наведені у освітньо-професійній програмі підготовки бакалаврів зі спеціальності «Туризм» Маріупольського державного університету.

1.4. Атестація якості підготовки бакалавра з туризму щодо встановлення фактичної відповідності рівня освітньої підготовки вимогам ОПП здійснюється після виконання студентами навчального плану у повному обсязі Екзаменаційною комісією (ЕК) Маріупольського державного університету з даного фаху.

2. Етапи та загальний зміст

комплексного кваліфікаційного державного екзамену

2.1 Комплексний державний екзамен, що передбачає виконання певних атестаційних кваліфікаційних завдань, є адекватною формою кваліфікаційних випробувань, яка об'єктивно і надійно визначає рівень освітньої та професійної підготовки випускників МДУ.

2.2. Комплексний кваліфікаційний державний екзамен складається з трьох етапів:

1 етап – письмове висвітлення теретичних питань, що формують уміння зазначенні у ОПП «Туризм»:

- Економічна теорія;
- Географія туризму та туристичне країнознавство;
- Організація туризму;
- Аналіз діяльності підприємств туризму;
- Економіка туризму
- Управління туристичною діяльністю.

2 етап тестова перевірка знань, що формують уміння, зазначені у освітньо-професійній програмі підготовки бакалаврів зі спеціальності «Туризм» Маріупольського державного університету з усього комплексу дисциплін:

- Економічна теорія;
- Географія туризму та туристичне країнознавство;
- Організація туризму;
- Аналіз діяльності підприємств туризму;
- Економіка туризму
- Управління туристичною діяльністю.

3 етап письмове розв'язання аналітично-розрахункової задачі, що дозволяє перевірити сформованість відповідних умінь та навичок.

2.3. Технологія комплексного державного екзамену (стандартизованого контролю) включає такі технологічні етапи:

- створення банку питань, тестових завдань і розрахунково-аналітичних задач;
- проведення екзамену (процедура відповідей на теоретичні питання, тестування і розв'язання задач);
- перевірка відповідей на питання, тестових бланків та задач;
- оцінювання ступеня досягнення кінцевих цілей освітньо-професійної підготовки студентів відповідно до об'єктивних критеріїв.

2.4. Маріупольський державний університет забезпечує дотримання правил проведення комплексного державного екзамену:

- уніфікація умов проведення вимірювань; методик обробки результатів тестування та форм їхнього подання;
- інформаційна та психологічна підготовка студентів до екзамену;
- зв'язок внутрішнього поточного педагогічного контролю з єдиною галузевою системою атестації та ліцензування фахівців;
- дотримання вимог секретності при розмноженні екзаменаційних білетів, їх зберіганні та використанні.

3. Вимоги до теоретичного питання

Теоретичні питання комплексного кваліфікаційного державного екзамену з туризму є складовою частиною змістових модулів вищезазначених дисциплін.

Теоретичне питання має бути сформульоване чітко, лаконічно, конкретно. Теоретичне питання має висвітлювати одну із проблем чи важливе теоретично-прикладне завдання, що потребує від випускника продемонструвати рівень теоретичної підготовки із зазначеної проблеми, глибину усвідомлення важливості теоретико-прикладного завдання, а також здібності щодо обґрунтування напрямків вдосконалення вирішення зазначеної проблеми чи конкретного завдання.

Висвітлення теоретичного завдання має здійснюватися студентом діловою мовою, лаконічно, зі структурним розмежуванням окремих складових відповіді (суть, форми, принципи, види, напрями, шляхи, позитивні моменти та застереження тощо).

4. Вимоги до тестових завдань

4.1 Засобом діагностики є тестове завдання закритої форми з запропонованими відповідями, з яких вибирають правильні з множинним вибором (чотири відповіді, тільки одна з яких є правильною).

4.2 Система базових тестових завдань сформована шляхом експертної оцінки кожного завдання і їх сукупності та охоплює змістовні модулі з комплексу дисциплін, які визначено у освітньо-професійній програмі підготовки бакалавра зі спеціальності «Туризм».

4.3 Загальна структура: базові тестові завдання, які включено до державної атестації, згруповано до відповідних змістовних модулів дисциплін, наведено інструкцію з виконання тестових завдань.

4.4 Кожне тестове завдання закритої форми складається з двох компонент:

- 1 запитальної (змістовної) частини;
- 2 4 відповідей;

4.5. Форма подання текстових або графічних тестових завдань повинна задовольняти таким рекомендаціям:

4.5.1. Тестові завдання однакової форми мають супроводжуватись однією інструкцією з їх виконання. При зміні форми тестових завдань формується відповідна нова інструкція.

4.5.2. Текст інструкції повинен відрізнятися від основного тексту (іншим шрифтом або кольором) та відокремлюватися від тестових завдань двокрапкою.

4.5.3. Запитальна частина тестового завдання формулюється у стверджувальній або запитальній формі стисло, чітко, без подвійного тлумачення.

4.5.4. Запитальна частина тестового завдання виділяється великими літерами або активним кольором.

4.5.5. Елементи відповіді частини тестового завдання мають окрему індексацію.

4.5.6. Можливі відповіді не відокремлюються будь-яким знаком.

4.5.7. Відповіді розташовуються під запитальною частиною симетрично.

4.5.8. Якщо відповідь передбачає певну процедуру обчислювання, то остання повинна бути простою, без необхідності застосування складових технічних засобів.

4.6. Тест (добірка тестових завдань кожного варіанту має включати кількість тестових завдань, що є достатньою для забезпечення відповідної точності методу вимірювання. Ця характеристика має назву довжина тесту і складає 20 тестових завдань.

4.7. Тест має забезпечити пропорційне представництво визначених до державної атестації дисциплін та різноманітних змістовних модулів зі складу кожної з цих дисциплін.

	Назва дисципліни	Кількість тестових завдань
	Економічна теорія	5
	Географія туризму та туристичне країнознавство	5
	Організація туризму	5
	Планування і організація туристичного бізнесу	5
	Разом	20

5. Вимоги до комплекту аналітично-розрахункових задач

5.1 Аналітично-розрахункова задача за змістовними модулями дисциплін моделює умови, в яких може опинитися випускник у практичній діяльності на первинних посадах, імітує етапи процесу підготовки, прийняття і реалізації управлінського рішення.

5.2. Структура задачі: характеристика вихідних умов, інформаційне забезпечення, завдання - прийняти управлінське рішення /або підготувати проект такого рішення та оформити його належним документом (наказом, пояснювальною, доповідною запискою тощо).

5.3. Кожна задача доповнюється еталонним рішенням (покроковий алгоритм, форми робочих таблиць, основні формули розрахунків, індикативні числові відповіді, зразки форм документів тощо).

6. Процедура проведення кваліфікаційного екзамену

Отримавши екзаменаційний білет, студент знайомиться із змістом питань, визначає місце кожного з них у загальній структурі фахової підготовки. Готуючи відповідь на питання екзаменаційного білету, студент повинен визначити логіку відповіді на питання, скласти розгорнутий план відповіді у формі окремих тез, враховуючи при цьому зміст відповідних першоджерел та практичних матеріалів. Важливо також визначити для себе категоріальний апарат, на основі якого буде розглядатися зміст питання.

У разі сумніву щодо розуміння сформульованих у білеті питань або умов практичного завдання студент має право звернутися за поясненням до екзаменаційної комісії.

При проведенні письмового тестування використовуються стандартизовані бланки. Зразок оціночного бланку для оцінювання результатів державної атестації бакалавра зі спеціальності «Туризм» наведено у Додатку А.

На екзамені кожний студент групи отримує бланк для оцінювання відповіді. Викладач провадить інструктування щодо порядку заповнення бланку оцінювання. У бланку оцінювання кожен студент повинен зазначити власні реквізити (групу, прізвище, ініціали), дату проведення тестування

Отримавши бланки тесту, кожен студент у бланку відповідей фіксує номер свого варіанту. Номер правильної відповіді на кожне з тестових завдань проставляється до відповідної клітини поруч з номером запитання. Студент підписує бланк.

При вирішенні аналітично-розрахункової задачі завдання студент надає розгорнуте вирішення практичного завдання зі змістовним висновком.

7. Критерії оцінювання

1 Оцінювання результатів складання державного екзамену здійснюється у бальній системі в порядку, передбаченому прийнятою в Університеті системою контролю знань. Переведення даних 100-бальної шкали оцінювання в 4-х бальну та шкалу за системою ECTS здійснюється в такому порядку:

Шкала оцінювання результатів складання державного екзамену

100 - бальна шкала	ECTS	Національна шкала	Визначення
90 – 100	A	<i>відмінно</i>	<i>Відмінна</i> відповідь, виконання завдань лише з незначною кількістю помилок
82 – 89	B	<i>дуже добре</i>	<i>Добре</i> виконання завдань, вище середнього рівня з кількома помилками
74 – 81	C	<i>добре</i>	<i>Загалом</i> відповідь правильна, виконані завдання з певною кількістю грубих помилок
64 – 73	D	<i>задовільно</i>	<i>Задовільно</i> - непогано виконані завдання, але з великою кількістю недоліків
60 – 63	E	<i>задовільно</i>	<i>Достатньо</i> – відповідь і виконані завдання задовольняють мінімальні критерії якості

менше 60	F	незадовільно	Незадовільна відповідь, виконані завдання не відповідають критеріям якості
----------	---	--------------	--

Державна комісія перевіряє висвітлення теоретичних питань, оцінює їх змістове наповнення, конкретику, лаконічність, послідовність викладення та виставляє оцінку.

Критерії оцінювання відповіді на теоретичні питання

Повна відповідь на питання, яка оцінюється на оцінку «відмінно» (90-100 бали) А, повинна відповідати таким вимогам:

- розгорнутий, вичерпний виклад змісту наведеної у питанні проблеми;
- повний перелік необхідних для розкриття змісту питання категорій та законів;
- виявлення творчих здібностей у розумінні, викладенні й використанні навчальнопрограмного матеріалу;
- здатність здійснювати порівняльний аналіз різних теорій, концепцій, підходів та самостійно робити логічні висновки й узагальнення;
- уміння користуватись методами наукового аналізу явищ та процесів і характеризувати їхні риси та форми виявлення;
- демонстрація здатності висловлення та аргументування власного ставлення до альтернативних поглядів на дане питання;
- використання актуальних фактичних та статистичних даних;
- знання необхідних законів і нормативних матеріалів.

Відповідь на питання оцінюється на оцінку «добре» (82-89 балів) В, якщо: відносно відповіді на найвищий бал не зроблено розкриття двох з пунктів, вказаних вище (якщо вони явно потрібні для вичерпного розкриття питання) або, якщо:

- при розкритті змісту питання в цілому правильно за зазначеними вимогами зроблені незначні помилки в одному з наступних пунктів:
 - 1) використання категоріального апарату;
 - 2) використання методичного апарату;
 - 3) формулювання назв установ та завдань, які перед ними ставляться;
- г) визначення авторства і змісту в цілому правильно зазначених теоретичних концепцій, що спотворює логіку висновків під час відповіді на конкретне питання.

Відповідь на питання оцінюється на оцінку «добре» (74-81 бали) В, якщо: відносно відповіді на найвищий бал не зроблено розкриття чотирьох з пунктів, вказаних вище (якщо вони явно потрібні для вичерпного розкриття питання) або, якщо:

- при розкритті змісту питання в цілому правильно за зазначеними вимогами зроблені значні помилки в одному з наступних пунктів:
 - 1) використання категоріального апарату;
 - 2) використання методичного апарату;
 - 3) формулювання назв установ та завдань, які перед ними ставляться;
- г) визначення авторства і змісту в цілому правильно зазначених теоретичних концепцій, що спотворює логіку висновків під час відповіді на конкретне питання.

Відповідь на питання оцінюється на оцінку «задовільно» (60-73 бали) Е- D, якщо:

- відносно відповіді на найвищий бал не зроблено розкриття шести з десяти пунктів, вказаних вище (якщо вони явно потрібні для вичерпного розкриття питання) або, якщо:

• при розкритті змісту питання в цілому правильно за зазначеними вимогами зроблені значні помилки під час:

- 1) використання категоріального апарату;
- 2) використання методичного апарату;
- 3) формулювання назв установ та завдань, які перед ними ставляться;

г) визначення авторства і змісту в цілому правильно зазначених теоретичних концепцій, що спотворює логіку висновків під час відповіді на конкретне питання.

Відповідь на питання оцінюється на оцінку «незадовільно» (0-59 балів), якщо: □ відносно відповіді на найвищий бал не зроблено розкриття восьми чи більше пунктів, зазначених у вимогах до нього (якщо вони явно потрібні для вичерпного розкриття питання);

• одночасно присутні три чи більше типів недоліків, які окремо характеризують критерій оцінки питання на оцінку «задовільно»;

• висновки, зроблені під час відповіді, не відповідають правильним чи загально визначеним при відсутності доказів супротивного аргументами, зазначеними у відповіді;

• характер відповіді дає підставу стверджувати, що особа, яка складає іспит, неправильно зрозуміла зміст питання чи не знає правильної відповіді і тому не відповіла на нього по суті, допустивши грубі помилки у змісті відповіді.

2. Загальні критерії оцінювання тестових завдань:

<i>№</i>	<i>Кількість відповідей</i>	<i>Кількість набраних балів</i>	<i>Оцінка за ECTS</i>	<i>Оцінка за національною шкалою</i>
1.	понад 90% правильних відповідей	90 - 100	A	відмінно
2.	82 – 89% правильних відповідей	82 - 89	B	дуже добре
3.	60 – 81 % правильних відповідей	74 – 81 64 – 73 60 – 63	C D E	добре задовільно задовільно
4.	менше 60 % правильних відповідей	35 - 59	F	незадовільно

3. Оцінювання результатів розв'язання аналітично-розрахункової задачі у відповідності до еталонних відповідей відбувається за такими загальними критеріями:

<i>№</i>	<i>Оцінка за національною шкалою</i>	<i>Коментар</i>	<i>Кількість набраних балів</i>	<i>Оцінка за ECTS</i>
1.	відмінно	Завдання виконано повністю, відповідь обґрунтовано, висновки та пропозиції аргументовано і оформлено належним чином	90 - 100	A
2.	добре	Завдання виконано повністю, але допущені незначні неточності у розрахунках або оформленні, або при належному оформленні завдання виконано не менше ніж на 80%	82 – 89 74 - 81	B C

3.	задовільно	Завдання виконано не менш ніж на 70% за умови належного оформлення; або не менш ніж на 80%, якщо допущені незначні помилки у розрахунках або оформленні.	64 – 73 60 - 63	D E
----	------------	--	--------------------	--------

Підсумкова оцінка за державний екзамен виставляється на основі середньої арифметичної з трьох виконаних студентом етапів (теоретичні питання, тестове випробування, розв'язання аналітично-розрахункової задачі).

БЛОК №1. ТЕОРЕТИЧНІ ПИТАННЯ

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ

1. Предмет економічної теорії: концептуальні підходи.
2. Зародження та основні етапи розвитку економічної теорії.
3. Сучасні економічні теорії: загальна характеристика.
4. Методологія економічних досліджень.
5. Економічні категорії та закони, їх класифікація.
6. Економічні потреби, їх сутність і класифікація. Закон зростання потреб.
7. Основні фактори (ресурси) виробництва, їх характеристика.
8. Крива виробничих можливостей. Закон зростання альтернативних витрат.
9. Економічна система: її сутність і структурні елементи.
10. Відносини та форми власності в трансформаційній економіці України.
11. Форми організації суспільного виробництва.
12. Заробітна плата: зміст, форми, системи.
13. Товар та його властивості. Варгість (цінність) товару: альтернативні теорії.
14. Гроші: їх суті, та функції. Закон грошового обігу.
15. Об'єктивні умови формування і розвитку ринку.
16. Сутність ринку, його структура та критерії розмежування.
17. Особливості становлення ринкових відносин в Україні.
18. Організаційні форми сучасного підприємства.

ГЕОГРАФІЯ ТУРИЗМУ ТА ТУРИСТИЧНЕ КРАЇНОЗНАВСТВО

1. Предмет та основні завдання туристичного країнознавства.
2. Закономірності й принципи країнознавства.
3. Місце країнознавства в системі наукових знань і географічних наук.
4. Географічне положення та кордони країн.
5. Сучасна система та типізація країн світу.
6. Форми правління та види адміністративно-територіального устрою країн світу.
7. Внутрішня структура держави.
8. Цивілізаційний підхід до вивчення країн сучасного світу.
9. Глобалізація. Міжнародна інтеграція.
10. Геоелекономіка і геополітика.
11. Загальні засади районування.
12. Регіоналізація: сучасні підходи до поділу світу та окремих країн на регіони.
13. Зміст та етапи рекреаційно-туристичного районування.
14. Туристичний район як основна одиниця рекреаційно-туристичного районування.
15. Схеми рекреаційно-туристичного районування світу.
16. Загальна характеристика туристичних макрорегіонів світу.
17. Теорія регіоналізації та регіоналізація в сучасному розумінні.
18. Основні риси розвитку країн Європи.
19. Туристичні ресурси Центральної Європи.
20. Туристичні ресурси України.
21. Характеристика туристичних ресурсів Прибалтійських країн.

22. Розвиток туризму в Білорусі та Молдові.
23. Розвиток туризму в Північно-Західній Європі.
24. Місце Південно-Східної Європи на світовому туристичному ринку.
25. Загальні туристичні ресурси країн Азії.
26. Міжнародні туристичні процеси в Східно-Азійському регіоні.
27. Розвиток релігійного туризму на території країн Азії.
28. Туристичні ресурси Японії.
29. Проблеми розвитку туризму в Північно-Західній Африці.
30. Індустрія туризму в Західній Африці.
31. Туристичні ресурси Центральної, Східної та Південної Африки.
32. Тури Туристичні ресурси Центральної Африки.
33. Туристичні ресурси Східної Африки.
34. Туризм в Індії та країнах Центральної Азії.
35. Єгипет, ОАЕ як провідні туристичні країни.
36. Туристичні ресурси Сполучених Штатів Америки.
37. Канада – туристична приваблива північна країна Америки.
38. Туристичні ресурси Мексиканських Сполучених Штатів.
39. Місце й значення сільського господарства США.
40. Чинники розвитку туризму в країні.
41. Історико-культурні ресурси США.
42. Геополітичне положення Канади.
43. Риси етнічної культури Канади.
44. Туристична привабливість Центральної Америки.
45. Південна Америка – туристичний континент.
46. Розвиток туризму в країнах Карибського басейну.
47. Розвиток туризму в умовах глобалізації та світових трансформацій.
48. Основні культурно-туристичні, промислово-індустріальні та соціо-технологічні центри Південної Америки.
49. Природні особливості туристичної сфери Аргентини, Бразилії, Чілі.
50. Загальна характеристика Австралії.
51. Туристичні ресурси Австралії.
52. Туристична інфраструктура Австралії.
53. Головні курорти Нової Зеландії. Туристичні ресурси Океанії.
54. Види туризму та особливості їх розвитку на островах Океанії.
55. Проблеми розвитку туризму в країнах Східної Європи.
56. Україна як туристична дестинація.
57. Країни, що мають розвинутий рекреаційний туристичний потенціал.
58. Країни що є найбільш привабливими для релігійного туризму.
59. Країни з розвинутим екзотичним, спортивним та екстремальним туризмом.
60. Розвиток туризму в країнах Східної Європи.

ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИЗМУ

1. Сутність поняття «туризм». Туризм як економічне явище.
2. Сучасні підходи до визначення туризму.

3. Історія та передумови розвитку туризму.
4. Етапи розвитку туризму.
5. Місце і роль туризму в економіці країни.
6. Стан розвитку туризму в Україні.
7. Види і форми туризму.
8. Внутрішній і міжнародний туризм.
9. Соціальна, гуманітарна й економічна функції туризму.
10. Фактори, що впливають на розвиток туризму.
11. Туризм як соціально-економічна система.
12. Суб'єкт та об'єкт туризму.
13. Туристичні ресурси: сутність і види.
14. Природно-рекреаційні туристичні ресурси. 15. Природно-антропогенні ресурси
16. Заповідний фонд України.
17. Історико-культурні ресурси:
18. Соціально-економічні ресурси.
19. Туристичне районування України.
20. Поняття інфраструктури туристичної сфери.
21. Туристична інфраструктура найпопулярніших курортів світу та України.
22. Туристична індустрія. Структура туристичної індустрії.
23. Функції туроператорів та турагентів, як суб'єктів туристичної індустрії.
24. Сучасний туристичний ринок: особливості його функціонування перспективи розвитку.
25. Функції туристичного ринку.
26. Види ринків туристичних послуг.
27. Суб'єкти туристичного ринку.
28. Туристичний попит і туристична пропозиція, їх особливості.
29. Поняття сегментації туристичного ринку; критерії сегментації туристичного ринку.
30. Методи сегментації ринку. Класифікація Гана.
31. Сучасний стан світового ринку міжнародних послуг.
32. Організація туризму європейського регіону.
33. Індустрія туризму американського регіону.
34. Туристичні ринки південно-азіатського та азіатсько-тихоокеанського регіонів.
35. Соціально-економічні умови розвитку близько-східного туристичного регіону соціально-економічні умови розвитку африканського туристичного регіону.
36. Умови формування туристичного ринку України.
37. Аналіз ринку туристичних послуг України.
38. Мета й основні завдання регулювання туристської діяльності на міжнародному рівні.
39. Міжнародні організації, які координують туристичну діяльність.
40. Інструменти регулювання міжнародної туристичної діяльності.
41. Міжнародні документи, що регламентують туристичну діяльність.
42. Міжнародні відносини України у сфері туризму.
43. Державні органи регулювання туристської діяльності в Україні.
44. Туристська політика в Україні, її основні положення.
45. Основні законодавчі й нормативно-правові акти у сфері туризму, що діють в Україні.

46. Основні важелі впливу держави на туристську діяльність.
47. Права й обов'язки туристів і екскурсантів.
48. Основні пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму.
49. Ліцензування як важіль підвищення якості роботи туристського підприємства.
50. Порядок ліцензування.
51. Сертифікація в туризмі.
52. Стандартизація в туризмі – засіб захисту прав інтересів туристів.
53. Договірні відносини у сфері туризму.
54. Договори, що укладаються між туроператором (турагентом) і туристом.
55. Поняття про туристичне підприємство.
56. Види туристичних підприємств та їх особливості.
57. Етапи створення туристичного підприємства та запровадження підприємницької діяльності з надання туристичних послуг.
58. Вибір організаційно-правової форми туристичного підприємства.
59. Обґрунтування організаційної структури управління туристичним підприємством.
60. Розробка засновницьких документів, державна реєстрація і організаційне оформлення туристичного підприємства.
61. Особливості функціонування туристичних підприємств України різних форм власності та організаційно-правових форм господарювання.
62. Вимоги до офісу й персоналу туристського підприємства.
63. Випадки та порядок ліквідації туристського підприємства.
64. Матеріальна база та кадрове забезпечення туристичної фірми.
65. Обладнання та оформлення офісу туристичної фірми.
66. Організація роботи front-, back-офісу та call-центру туроператорів.
67. Туроперейтинг: сутність та функції.
68. Агентський бізнес та формування агентської мережі.
69. Види та форми агентської роботи.
70. Поняття про технологію роботи підприємств і технологічні процеси.
71. Учасники технологічних процесів в туристичній діяльності.
72. Діяльність туроператорів. Особливості діяльності туроператорів внутрішнього, в'їзного і виїзного туризму.
73. Найбільші туроператори в Україні. Найбільші туроператори в світі.
74. Технологічні аспекти формування туру.
75. Застосування інформаційних технологій в туризмі – засіб підвищення ефективності роботи туристських підприємств.
76. Програмне забезпечення туристичних подорожей.
77. Інтернет – технології в туризмі.
78. Ефективність роботи туристичних підприємств при застосуванні інформаційних технологій.
79. Технологія організації спеціалізованих видів туризму.
80. Правила організації і проведення заходів виставкової індустрії.
81. Визначення турпродукту. Особливості турпродукту.
82. Властивості турпродукту. Єдині вимоги до турпродукту.
83. Якість турпродукту. Показники оцінки якості туристичного продукту.
84. Життєвий цикл турпродукту та характеристика його стадій.

85. Поняття про концепцію генералізації турпродукту.
86. Процес управління життєвим циклом турпродукту.
87. Стратегії управління турпродуктом.
88. Проектування турпродукту.
89. Формування турпродукту. Теоретичні основи методики розробки турпродукту.
90. Методика розрахунку ціни на турпродукт.
91. Стратегії ціноутворення.
92. Просування і реалізація турпродукту.
93. Поняття та основні види туристичних формальностей.
94. Світова та національна нормативно-законодавча база виконання туристичних формальностей.
95. Перелік основних нормативних документів, що забезпечують спрощення туристичних формальностей та встановлення візового режиму в ряді країн світу.
96. Правила оформлення паспортів громадянам України для виїзду за кордон.
97. Види та особливості паспортів. Біометричні паспорти.
98. Класифікація віз та встановлення візового (безвізового) режиму в'їзду до країни.
99. Оформлення в'їзних віз.
100. Шенгенська угода та шенгенська віза: правила оформлення документів туристів.
101. Митні формальності. Визначення понять «митні формальності», «митний догляд», «митна декларація».
102. Поняття митних формальностей та органи, що забезпечують їх виконання.
103. Задачі Державної митної служби. Правила ввозу в Україну та вивозу з України речей і товарів.
104. Процедура митного догляду та правил оформлення митної декларації.
105. Основні реквізити митної декларації та порядок її заповнення.
106. Поняття «валютних формальностей» та «валютного контролю».
107. Валютні цінності. Правила перевезення валюти та інших цінностей через державний кордон України.
108. Медико-санітарні формальності для туристів. Місцеві туристичні формальності та збори.
109. Організація туристичного обслуговування, його контроль, облік і розрахунки.
110. Класи обслуговування.
111. Якість обслуговування і засоби її регулювання.
112. Культура обслуговування та основні правила прийому клієнтів.
113. Претензійна робота в туризмі. Основні права та обов'язки туристів.
114. Порядок відшкодування втрат у разі невиконання або неякісного виконання туристичного обслуговування.
115. «Договірна» та «недоговірна» шкода. Порядок компенсації втрат.
116. Використання Франкфуртської таблиці для розрахунку суми відшкодування моральної та матеріальної шкоди, заподіяної туристам з вини туроператора.
117. Досвід інших країн щодо компенсації фізичної, матеріальної та (чи) моральної шкоди.
118. Страхування в туризмі. Ризики у страхуванні.
119. Види страхування в туризмі. Обов'язкові види страхування.
120. Укладання договорів між туристськими підприємствами і страховими компаніями.

121. Правила і порядок страхування туристів, їх майна та порядок виплати страхових сум.
122. Дії туриста в момент настання страхового випадку.
123. Транспорт як засіб забезпечення туристичної діяльності. Класифікація транспортних перевезень і транспортних засобів.
124. Перевезення сухопутним транспортом. Організація автобусних подорожей.
125. Організація подорожей на особистому автомобілі та прокат автомобілів. Види автомобілів для цілей туризму та подорожей.
126. Розроблення автотранспортного маршруту. Процедура оренди автомобіля.
127. Подорожі водним транспортом. Круїзний туризм.
128. Перевезення повітряним транспортом. Система міжнародного повітряного транспорту.
129. Основні характеристики ринку авіаційних перевезень у світі та в Україні.
130. Організація туристських авіаперевезень. Основні види тарифів.
131. Форми взаємодії авіакомпаній і туристських фірм.
132. Класи обслуговування, що надаються авіакомпаніями.
133. Порядок взаємодії туристичних і транспортних підприємств.
134. Класифікація засобів розміщення. Стисла характеристика засобів розміщення.
135. Загальні вимоги до засобів розміщення.
136. Організація взаємодії туристських підприємств з підприємствами засобами розміщення.
137. Організація надання послуг харчування в туризмі. Загальна характеристика послуг харчування в туризмі.
138. Режими харчування туристів. Організація харчування туристів у дестинаціях.
139. Організація взаємодії туристських підприємств з підприємствами харчування.
140. Поняття екскурсійного обслуговування. Види екскурсій.
141. Характеристика установ з екскурсійного обслуговування.
142. Організація взаємодії туристських підприємств та установ з екскурсійного обслуговування.
143. Нормативно-правові акти щодо забезпечення безпеки туристичних подорожей.
144. «Фактори ризику» в туризмі та основні заходи щодо нівелювання їх наслідків.
145. Правила поведінки туристів в разі специфічних факторів ризику.
146. Обов'язки рецептивного туроператора щодо надання допомоги в разі настання форс мажорних обставин.

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИЗМУ

1. Загальна характеристика економічного аналізу: предмет, об'єкт, завдання.
2. Базові принципи економічного аналізу.
3. Інформаційна база економічного аналізу: види інформаційних ресурсів, формування інформаційної бази.
4. Зміст понять методологія, метод, методика економічного аналізу.
5. Методичні прийоми економічного аналізу.
6. Логічні методи економічного аналізу та методи комплексного економічного оцінювання.
7. Сутність графічних методів та їх класифікація.
8. Значення, особливості управлінського та фінансового аналізу для підприємства.

9. Завдання і інформаційне забезпечення аналізу обсягу пропозиції і реалізації послуг підприємств готельного господарства.
10. Напрями аналізу обсягу пропозиції і реалізації послуг підприємств готельного господарства
11. Напрями аналізу обсягу пропозиції і реалізації послуг туристського підприємства.
12. Напрями аналізу обсягу пропозиції і реалізації послуг санаторно-курортного (оздоровчого) закладу.
13. Значення, інформаційне забезпечення, напрями оцінки стану основних засобів.
14. Значення, інформаційне забезпечення, напрями аналізу ефективності використання основних засобів.
15. Основні напрями, інформаційне забезпечення аналізу трудових ресурсів підприємства.
16. Значення, інформаційне забезпечення, напрями аналізу використання трудових ресурсів.
17. Значення, напрями аналізу чисельності, складу і руху персоналу.
18. Значення, напрями аналізу продуктивності праці.
19. Поняття та методика визначення суми постійних та змінних витрат.
20. Значення, напрями аналізу рівня, структури і динаміки витрат.
21. Завдання і джерела інформації аналізу фінансових результатів.
22. Поняття та методика аналізу складу, динаміки і структури фінансових результатів діяльності підприємств туризму.
23. Система показників для оцінювання рівня рентабельності.
24. Значення, інформаційне забезпечення, оцінка загального фінансового стану підприємства.
25. Система показників для оцінювання ліквідності та платоспроможності.
Система показників для оцінювання фінансової стійкості підприємства.

ЕКОНОМІКА ТУРИЗМУ

1. Основні поняття і сутність економіки туризму.
2. Туристський ринок: сутність, структура, особливості.
3. Сутність підприємницької діяльності в туризмі.
4. Правові основи організації туристичних підприємств.
5. Організаційно-правові форми туристичних підприємств.
6. Спеціалізація та кооперування у туристичному бізнесі.
7. Виробнича програма туристичного оператора: сутність і структура.
8. Сутність і показники експлуатаційної програми підприємств готельного типу.
9. Виробнича програма закладів харчування туристів.
10. Загальна характеристика основних фондів туристичної галузі.
11. Характеристика показників ефективності використання основного капіталу.
12. Загальна характеристика оборотних фондів та їх класифікація.
13. Характеристика показників ефективності використання оборотних фондів.
14. Трудові ресурси: сутність, оцінювання стану та ефективності їх використання.
15. Продуктивність праці та методи її оцінки.
16. Продуктивність праці у сфері туризму.

17. Мотивація праці та організація заробітної плати.
18. Державне регулювання оплати праці.
19. Договірне регулювання оплати праці.
20. Сутність і структура витрат на формування та реалізацію турпродукту.
21. Планування витрат туристичних підприємств.
22. Методи та принципи визначення собівартості туристичного туру.
23. Напрями зниження собівартості послуг на туристичному підприємстві.
24. Сутність і роль доходу підприємств туристичного бізнесу.
25. Економічний механізм формування й розподілу доходу.
26. Економічні основи ціноутворення в туризмі.
27. Принципи та фактори ціноутворення в туризмі.
28. Методика та методи ціноутворення на туристичному підприємстві.
29. Цінова політика туристичних підприємств.
30. Сутність, види та джерела отримання прибутку в туристичному бізнесі.
31. Показники рентабельності підприємств туристичного бізнесу.
32. Сутність та класифікація ризиків на туристичному підприємстві.
33. Шляхи та заходи мінімізації ризику на туристичному підприємстві.
34. Банкрутство підприємства: сутність та форми регулювання в Україні.
35. Причини банкрутства туристичних підприємств.

УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

1. Риси характерні для підприємництва в туризмі.
2. Принципи організації підприємницької діяльності у туристичному бізнесі
3. Сутність функцій підприємництва в туризмі.
4. Основні суб'єкти підприємницької діяльності в туризмі.
5. Характеристика туристичної інфраструктури.
6. Роль підприємницької стратегії в розвитку туристичного бізнесу.
7. Характеристика об'єктів стратегії економічного управління діяльністю туристичного підприємства.
8. Особливості розробки стратегії розвитку суб'єктів туристичного бізнесу.
9. Туристичний потік як основа формування туристичного продукту.
10. Сутність туристичного продукту, який є об'єктом ринкових відносин.
11. Види, особливості та основоположні функції туристичного ринку.
12. Характеристика туристичної інфраструктури.
13. Визначити, чому планування реалізації туристичного продукту є основою обґрунтування планів виробничої та фінансової діяльності підприємств туристичної індустрії.
14. Роль готельного господарства в обслуговуванні туристів.
15. Сутність економічної діяльності підприємств харчування туристів.
16. Роль трудових ресурсів в діяльності підприємств туристичного бізнесу.
17. Сутність показників ефективності використання трудових ресурсів підприємств туристичного бізнесу.
18. Доход від туристичної діяльності та яка його роль у розвитку підприємств.
19. Характерні особливості формування доходу в туристичному бізнесі.

20. Характеристика основних понять як об'єктів вивчення дисципліни.
21. Предмет діяльності туроператора. Профіль роботи туроператора. Схема організації роботи туроператора по розробці і реалізації туристського продукту.
22. Класифікація та види туроператорів. Основні типи туроператорів.
23. Оператори масового ринку. Оператори спеціалізовані: на певному продукті/послужі і сегменті ринку.
24. Туризм спеціального інтересу і певного місця призначення.
25. Місцеві туроператори.
26. Організація турів для внутрішнього туризму.
27. Виїзні (ініціативні) туроператори. Рецептні туроператори.
28. Функції туроператорів та турагентів.
29. Структура туристичного ринку. Суб'єкти ринку виробника, їх класифікація та характеристика.
30. Прояв глобалізаційних процесів в індустрії туризму. Світовий та макрорегіональний ринки готельних та транспортних послуг, особливості функціонування туристичної індустрії.
31. Геопросторова організація світового туристичного ринку.
32. Схеми реалізації та просування туристичного продукту. Методи збуту туристичного продукту.
33. Зовнішні та внутрішні фактори туроперейтинга. Оцінка їх впливу.
34. Організація туроператорського та турагентського бізнесу: нормативно-правові вимоги. Вимоги щодо ліцензування туроператорської діяльності.
35. Регуляторні вимоги щодо організації туроператорського та турагентського бізнесу.
36. Роздрібні й оптові туристичні фірми та їх місце у структурі каналів збуту.
37. Типова організаційна структура туроператора: взаємозв'язок роботи підрозділів.
38. Види і форми агентської роботи. Класифікація турагентів.
39. Види агентів. Агентські мережі.
40. Власні бюро продажів туроператора та їх головні функції.
41. Види ринкових каналів просування туристичного продукту.
42. Формування збутової мережі туроператорів.
43. Формування збутової мережі. Канали просування і реалізації турпродукту.
44. Форми організації збуту туристського продукту.
45. Роль турагентств у турбізнесі. Система комісійних як основа взаємин між турагентом і туроператором.
46. Характер контрактних стосунків між туроператором і турагентством. Контрагентська мережа та основні умови агентських угод.
47. Види і форми інтеграції на ринку туристичних послуг.
48. Тлумачення терміна "аквізитор". Джерела аквізиції туристів.
49. Аквізиція туристів та основні методи продажу в туризмі.
50. Характеристика асортименту послуг туристичної фірми. Асортимент послуг туроператорів.
51. Вибір географії подорожей і сегментування на різних туристичних ринках.
52. Мотивація подорожей і формування пакетів послуг.
53. Алгоритм розроблення програми обслуговування. Планування туристичних подорожей.
54. Схеми роботи туроператора з реалізації та організації турів.

55. Позичювання турів та туроператорів на конкурентному ринку.
56. Визначення портрета споживача й потреб туристів.
57. Стадії планування туристського пакету.
58. Договірний план і переговори з постачальниками послуг. Узгодження плану туристичного обслуговування з постачальниками.
59. Послідовність робіт з вибору постачальників послуг (контрагентів).
60. Ухвалення рішення про місце призначення, засоби розміщення, тривалість туру.
61. Етапи формування та реалізації туристичного продукту фірми.
62. Рекомендована структура туристичного продукту для кожного з видів туристичного ринку.
63. Програма туристичного обслуговування.
64. Визначення програмного туризму. Програмний туризм та особливості формування пакетних турів.
65. Перелік технологічної документації, що забезпечує процеси вибору маршрутів та формування турів.
66. Основні етапи розробки туристичного продукту.
67. Види програм обслуговування: рекреаційна, курортна, пізнавальна; спортивна, освітня; ділова та ін.
68. Принципи формування туристсько-екскурсійних програм обслуговування. Цілі програмного туризму з точки зору: туристського менеджменту та маркетингу; технології обслуговування туристів, мета подорожі і типології туристів.
69. Розроблення туру та калькулювання його вартості. Бонусні програми туроператорів.
70. Характеристика термінів: “програмне обслуговування в туризмі”, “програма перебування туристів”. Види програмних заходів та їх характеристика. Елементи програми туристичного обслуговування.
71. Принципи створення та умови виконання програм перебування туристів. Умови і принципи розробки туру. Вербальна модель туру. Процес розробки.
72. Правила розроблення програм перебування туристів. Технологічні документи і правила їх оформлення.
73. Перелік робіт зі створення туристичної пропозиції фірми. Фактори, які впливають на структуру туру та комплектацію програм перебування туристів.
74. Особливості складання програм перебування для різних типів туристів.
75. Порядок і етапи розробки турпродукту. Основні і специфічні потреби туристів.
76. Початкова диференціація туристських поїздок. Споживчі властивості туру.
77. Шкала потреб клієнтів і формування психологічного портрета потенційних туристів.
78. Основні фактори, що впливають на поведінку покупців.
79. Форми та стилі обслуговування клієнтів. Культура обслуговування та основні правила прийому клієнтів.

БЛОК №2. ТЕСТОВІ ЗАВАННЯ**ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ****1 Державний борг – це:**

- 1 заборгованість населення, фірм, банків і зарубіжних держав перед урядом даної країни;
- 2 заборгованість уряду перед населенням країни;
- 3 заборгованість уряду даної країни перед іноземними державами;
- 4 заборгованість уряду перед всіма господарюючими суб'єктами, як даної країни, так і зарубіжних країн.

2 Відмінність між грошовими агрегатами визначається:

- 1 кон'юнктурними цілями уряду;
- 2 відмінністю виконуваних ними функцій;
- 3 різним ступенем ліквідності;
- 4 різним характером попиту на різні компоненти грошової маси.

3 Яка з перерахованих статей не відноситься до доходів державного бюджету:

- 1 надходження від приватизації;
- 2 чисті надходження від залучення коштів з ринку вільних капіталів;
- 3 митні збори;
- 4 трансфертні платежі населенню.

4 Комерційний кредит – це:

- 1 кредит комерційних банків;
- 2 кредит під високі відсотки;
- 3 взаємокредитування підприємств;
- 4 кредит під заставу нерухомості.

5 Яка з перерахованих статей не відноситься до витрат державного бюджету:

- 1 виплати по державному боргу;
- 2 доходи від державної власності;
- 3 адміністративно-управлінські витрати;
- 4 позики і допомога іноземним державам.

6 Банківський прибуток – це:

- 1 різниця між ставками відсотка за кредитами і депозитами;
- 2 різниця між всіма доходами і витратами банку;
- 3 відсоток по банківських кредитах;
- 4 відсоток по банківських депозитах.

7 Купівельна спроможність грошей в умовах інфляції:

- 1 знижується;
- 2 підвищується;
- 3 не змінюється;
- 4 може і підвищуватися, і знижуватися.

8 Грошово-кредитна політика проводиться:

- 1 урядом країни;
- 2 фінансово-кредитними установами країни;
- 3 Центральним банком;
- 4 Міністерством фінансів.

9 Власність – це:

- 1 відношення людини до речей;
- 2 сама річ;
- 3 особисте відношення до блага;
- 4 відносини людей один до одного з приводу привласнення речей.

10 До функцій Центрального банку не відноситься:

- 1 розрахункове касове обслуговування підприємств;
- 2 забезпечення необхідного ступеня ліквідності банківської системи;
- 3 встановлення мінімальних норм обов'язкових резервів;
- 4 встановлення ставки фінансування.

11 Бюджет існує:

- 1 тільки у держави;
- 2 у держави і підприємств реального сектора економіки;
- 3 у всіх економічних суб'єктів;
- 4 у важливих структур федерального рівня.

12 Яка з перелічених шкіл економічної теорії була історично першою:

- 1 марксизм;
- 2 меркантилізм;
- 3 кейнсіанство;
- 4 фізіократи.

13 Що не належить до методів наукового пізнання економічних процесів?

- 1 метод фізико-природних спостережень;
- 2 метод наукової абстракції;
- 3 метод індукції та дедукції;
- 4 метод аналізу та синтезу.

14 Обмеженість ресурсів означає, що:

- 1 в суспільстві вони є у такій кількості, якої не досить для виробництва необхідних товарів та послуг;
- 2 за їх допомоги неможливо одночасне і повне задоволення усіх потреб;
- 3 ресурсів досить тільки на виробництво предметів споживання;
- 4 ресурсів досить тільки на виробництво засобів виробництва.

15 Товарне господарювання – це така форма організації економіки, за якої:

- 1 продукти праці виробляються для обміну на ринку;
- 2 існує замкнутість виробників;
- 3 продукти виробляються для внутрішнього господарського споживання; 4 прямий зв'язок між виробництвом та споживанням;

16 Товар – це:

- 1 річ, якій властиві споживна вартість або корисність;
- 2 річ, яка є продуктом праці людини;
- 3 річ, яка здатна обмінюватися на іншу річ або гроші;
- 4 усі відповіді вірні.

17 Чи тотожні поняття корисність і користь:

- 1 так;
- 2 ні;
- 3 так, тому що вони спонукають до здійснення актів купівлі-продажу;

4 не можна їх співставляти.

18 Ринок – це:

- 1 сукупність актів купівлі – продажу;
- 2 взаємодія попиту та пропозиції;
- 3 економічна форма обміну, коли продукт існує в якості товару;
- 4 усі відповіді вірні.

19 Що відноситься до інфраструктури ринку:

- 1 банки;
- 2 ярмарки;
- 3 валютні біржі;
- 4 усі відповіді вірні.

20 Конкуренція – це:

- 1 боротьба виробників за отримання найвищого прибутку;
- 2 боротьба споживачів за право купувати товари за нижчими цінами;
- 3 економічне змагання за отримання найкращих результатів;
- 4 усі відповіді вірні.

21 Поняття досконалої конкуренції припускає, що:

- 1 в галузі діє значна кількість виробників товарів, що випускають неоднорідну продукцію;
- 2 товари, що випускаються значною кількістю фірм, стандартизовані;
- 3 є лише один покупець даної продукції;
- 4 інформація продавців та покупців про ринок суттєво обмежена.

22 Монополія – це ринкова структура, коли:

- 1 існують майже нездоланні бар'єри щодо входу до галузі;
- 2 діє лише один покупець;
- 3 існує найбільша кількість конкуруючих між собою виробників;
- 4 відсутній контроль за цінами продукції.

23 Закон пропозиції при інших рівних умовах установлює:

- 1 зворотний зв'язок між ціною та кількістю запропонованого товару;
- 2 прямий зв'язок між кількістю та ціною запропонованого товару;
- 3 зворотний зв'язок між ціною та якістю запропонованого товару;
- 4 прямий зв'язок між доходом та кількістю запропонованого товару.

24 Ринок товару знаходиться у рівновазі, якщо:

- 1 обсяг попиту на товар дорівнює обсягу пропозиції даного товару;
- 2 на ринку не існує надлишку чи нестачі;
- 3 на ринку обсяг запропонованої продукції повністю задовольняє споживача за зазначеною ціною;
- 4 усі відповіді вірні.

25 Виділіть рису, яка характерна для товарного виробництва та не характерна для натурального господарства:

- 1 обмін діяльністю між людьми.
- 2 виробництво продуктів для обміну.
- 3 використання засобів праці.
- 4 використання засобів виробництва.

26 Яка з наведених цілей фірми є найбільш важливою:

- 1 отримання прибутку;

- 2 максимізація продажу;
- 3 підвищення якості продукції;
- 4 збільшення заробітної плати робітників.

27 Яка країна вважається батьківщиною паперових грошей:

- 1 Англія.
- 2 Греція.
- 3 Індія.
- 4 Китай.

28 У функції держави в ринковій економіці не входить:

- 1 регулювання цін на продукцію приватного сектора;
- 2 законотворча діяльність;
- 3 підтримка конкурентного середовища;
- 4 антициклічне регулювання економіки.

29 Середні постійні витрати – це:

- 1 витрати на сировину, обладнання, з/пл.;
- 2 бухгалтерські витрати на одиницю продукції;
- 3 постійні витрати в розрахунку на одиницю продукції;
- 4 економічні витрати на одиницю продукції.

30 Середні змінні витрати – це:

- 1 витрати на сировину, електроенергію виробничого значення, з/пл., робочих в розрахунку на одиницю продукції;
- 2 змінні витрати на одиницю продукції;
- 3 (сукупні витрати – постійні витрати)/ обсяг виробництва;
- 4 усі відповіді вірні.

31 Валовий дохід – це:

- 1 виторг від реалізації продукції – бухгалтерські витрати;
- 2 вартісне вираження усієї виробленої продукції;
- 3 дохід, отриманий від усіх видів діяльності платника податку;
- 4 виторг від реалізації – економічні витрати.

32 Для обчислення величини національного доходу необхідно:

- 1 відняти з величини ВВП суму непрямих податків;
- 2 зменшити величину ВВП на суму зносу основних фондів, які використовуються;
- 3 відняти з величини ВВП суму амортизаційних відрахувань за даний період, суму непрямих податків;
- 4 додати до величини ВВП суму трансфертних платежів.

33 Що не належить до основних рис командно-адміністративної економіки?

- 1 державне відчуження основних засобів виробництва від безпосередніх виробників;
- 2 свобода вибору сфер виробничо-господарської діяльності суб'єктами господарювання;
- 3 тотальне пригнічення господарської активності та ділової ініціативи;
- 4 примусове держане регулювання економічних зв'язків між підприємствами.

34 Інвестиції – це:

- 1 частка доходу, яка не витрачена у поточному періоді;
- 2 вкладення у всі види виробничих і невиробничих ресурсів;
- 3 придбання нерухомості;
- 4 придбання товарів довгострокового використання, а також валюти та золота.

35 Протилежністю почасової заробітної платні як формі винагороди за здійснення деякого виду діяльності є:

- 1 процент від прибутку;
- 2 відрядна заробітна платня;
- 3 премія;
- 4 дивіденд.

36 У період кризового падіння виробництва спостерігається:

- 1 зростання безробіття;
- 2 падіння безробіття;
- 3 зайнятість залишається незмінною;
- 4 усі відповіді вірні.

37 Інфляція – це ситуація , при якій:

- 1 ціни зростають на фоні знецінення грошей;
- 2 ціни зростають на фоні зростання виробництва;
- 3 ціни зростають при незмінному обсязі виробництва;
- 4 жодна відповідь не вірна.

38 Основними ознаками кредиту є:

- 1 платність, терміновість, зворотність;
- 2 платність, ліквідність, безпечність;
- 3 ліквідність, терміновість, адресність
- 4 зворотність, безпечність, ліквідність.

39 Реальна заробітна плата –це:

- 1 заробітна плата і премія;
- 2 заробітна плата і відпускні;
- 3 заробітна плата за основним місцем роботи та за сумісництвом;
- 4 кількість товарів та послуг, які можна придбати за номінальну заробітну плату.

40 Дефіцит державного бюджету – це:

- 1 перевищення доходів держави над його витратами;
- 2 збільшення витрат держави;
- 3 перевищення витрат держави над його доходами;
- 4 зменшення податкових надходжень у бюджет.

41 Якщо ринкова ціна нижча за рівноважну, то:

- 1 виникає надлишок товарів;
- 2 виникає дефіцит товарів.
- 3 формується ринок споживача.
- 4 зменшуються ціни на ресурси.

42 Додана вартість – це:

- 1 ринкова ціна обсягу продукції, що виробила фірма.
- 2 ринкова ціна обсягу продукції, що виробила фірма, за вирахуванням вартості спожитих сировини та матеріалів, придбаних у постачальників.
- 3 ринкова ціна продукції, придбаної у постачальників;
- 4 ринкова ціна спожитих сировини та матеріалів.

43 Податок на прибуток належить до:

- 1 пропорційних податків;
- 2 прогресивних податків;

- 3 непрямих податків;
- 4 місцевих податків.

44 Сучасна банківська система має:

- 1 дворівневу структуру;
- 2 трьохрівневу структуру;
- 3 монопольну структуру;
- 4 багаторівневу структуру.

45 «Споживчий кошик» - це:

- 1 науково обґрунтована норма споживання товарів для певних груп населення;
- 2 вартість певного набору товарів і послуг;
- 3 вартість набору товарів і послуг, що є життєво необхідними;
- 4 мінімум калорій, які повинен одержувати організм людини за певний період часу.

46 Олігополія – це ринкова структура, де оперують:

- 1 значна кількість конкуруючих фірм, які виробляють однорідний продукт;
- 2 значна кількість конкуруючих фірм, які виробляють диференційований продукт;
- 3 незначна кількість конкуруючих фірм;
- 4 тільки одна велика фірма.

47 Рівень безробіття – це:

- 1 частка незайнятого населення у складі економічно активного населення;
- 2 загальна кількість безробітних;
- 3 частка економічно активного населення у загальній кількості населення;
- 4 різниця між економічно активним населенням і кількістю безробітних.

48 Закон попиту передбачає, що:

- 1 перевищення пропозиції над попитом викличе зниження ціни;
- 2 якщо доходи споживачів зростають, вони купують більше товарів;
- 3 коли ціна товару зменшується, обсяг запланованих покупок зростає;
- 4 коли ціна товару збільшується, обсяг пропозиції товарів зростає.

49 До пасивних операцій банку належать:

- 1 надання кредиту підприємству;
- 2 покупка цінних паперів;
- 3 відкриття депозитних рахунків населенню;
- 4 касово-розрахункове обслуговування підприємств.

50 Зміна якого чинника не викликає зрушення кривої попиту:

- 1 уподобання споживачів;
- 2 розмір або розподіл національного доходу;
- 3 ціна товару;
- 4 кількість споживачів.

51 Постійні витрати фірми – це:

- 1 витрати на ресурси за цінами, що діяли на момент придбання;
- 2 мінімальні витрати виробництва будь-якого обсягу продукції при найкращих умовах виробництва;
- 3 витрати, які несе фірма навіть у тому разі, якщо продукція не виробляється;
- 4 неявні витрати.

52 Яка з перелічених величин не включається до ВВП, розрахованого за потоком витрат:

- 1 валові інвестиції;

- 2 чистий експорт товарів та послуг;
- 3 заробітна плата.
- 4 державні закупівлі товарів та послуг.

53 Заробітна плата враховується при розрахунку:

- 1 ВВП за доходом;
- 2 ВВП за витратами;
- 3 чистого експорту;
- 4 усі попередні відповіді невірні.

54 Податок на додану вартість належить до:

- 1 прогресивних податків;
- 2 номінальних податків;
- 3 непрямих податків;
- 4 податків на дохід корпорацій.

55 Особа, яка втратила роботу внаслідок спаду в економіці, попадає до категорії безробітних у межах:

- 1 фрикційної форми безробіття;
- 2 структурної форми безробіття.
- 3 циклічної форми безробіття;
- 4 усі попередні відповіді не вірні.

56 Недосконала конкуренція – це:

- 1 забруднення великими підприємствами навколишнього середовища;
- 2 будь-яке монопольне втручання у процес ціноутворення;
- 3 встановлення державного контролю за рівнем цін;
- 4 перерозподіл державою доходів конкуруючих суб'єктів через бюджетно-податкову систему.

57 Поняття досконалої конкуренції передбачає, що:

- 1 значна кількість фірм, що оперують у галузі, випускає стандартні товари.
- 2 усі продавці і покупці мають повну інформацію про ринок;
- 3 має місце вільний вхід на ринок та вихід з нього;
- 4 усі попередні відповіді вірні.

58 Яке поняття не належить до фаз ділового циклу:

- 1 інфляція;
- 2 рецесія;
- 3 спад;
- 4 зростання.

59 Дефіцит державного бюджету виникає в тому випадку, коли:

- 1 сума активів держави перевищує розмір його зобов'язань;
- 2 сума витрат держави перевищує суму доходів.
- 3 витрати держави зменшуються;
- 4 зобов'язання держави перевищують його активи.

60 Що характеризує ринковий попит?

- 1 кількість товару, яку споживачі спроможні придбати за визначеною ціною;
- 2 потреба, яку бажає задовольнити споживач;
- 3 наявність товару на ринку;

4 намір придбати даний товар.

61 Що найбільш повно характеризує витрати виробництва?

- 1 вартість усіх витрачених ресурсів на виробництво відповідних товарів;
- 2 виробниче споживання предметів праці при створенні товарної продукції;
- 3 амортизація засобів праці у процесах їх виробничого споживання;
- 4 витрати на наймання робітників та менеджерів.

62 За якою ознакою поділяють капітал на основний і оборотний?

- 1 за швидкістю руху різних матеріалізованих частин капіталу та способами переносу їх вартості на створюваний продукт;
- 2 за сферою функціонування капіталу;
- 3 за величиною вартості капіталу;
- 4 за різновидами створюваної продукції.

63 Що належить до основного капіталу?

- 1 вартість предметів праці;
- 2 витрати на наймання робітників;
- 3 вартість виробничих споруд та засобів праці;
- 4 комерційні та управлінські витрати.

64 Що належить до оборотного капіталу?

- 1 вартість виробничих будівель і споруд;
- 2 вартість предметів праці та витрати на наймання робітників;
- 3 вартість засобів праці;
- 4 вартість приладів та устаткування.

65 Що характеризує моральне зношування основного капіталу?

- 1 старіння якісно-функціональних параметрів та втрата частини вартості засобів праці внаслідок НТП;
- 2 руйнування елементів основного капіталу під впливом сил природи;
- 3 втрат фізичних якостей засобів виробництва у процесі експлуатації;
- 4 вихід з ладу деяких приладів внаслідок виробничої аварії.

66 Що не належить до основних ознак підприємницької діяльності?

- 1 ініціативність;
- 2 діяльність на свій страх і ризик;
- 3 досягнення високих показників діяльності;
- 4 отримання прибутку.

67 Яке визначення найповніше характеризує поняття «продуктивні сили суспільства»?

- 1 комплекс речей, за допомогою яких людина впливає на предмети праці;
- 2 здатність людини до праці, завдяки чому виробляються матеріальні блага;
- 3 створені суспільством засоби виробництва і люди, що приводять їх в дію і здійснюють виробництво благ;
- 4 відносини людей в процесі виробництва благ.

68 Фактори виробництва – це:

- 1 всі залучені до процесу виробництва ресурси;
- 2 створені суспільством засоби виробництва і люди, що приводять їх в дію і здійснюють виробництво благ;
- 3 комплекс речей, за допомогою яких людина впливає на предмети праці;
- 4 сукупність природних, духовних та соціальних сил.

69 Крива виробничих можливостей показує:

- 1 визначений обсяг виробництва двох товарів;
- 2 ефективне використання ресурсів, при якому не можна збільшити виробництво одного товару при цьому не зменшив виробництво іншого;
- 3 стан економіки, при якому всі потреби людини задовольняються;
- 4 неможливий рівень виробництва.

70 Що є головною метою державного регулювання ринкової економіки?

- 1 вирівнювання економічного циклу;
- 2 удосконалення галузевої та регіональної структури господарства;
- 3 охорона навколишнього середовища;
- 4 економічне зростання та соціальна стабільність у суспільстві.

71 Додана вартість – це:

- 1 ринкова ціна обсягу продукції, що виробила фірма.
- 2 ринкова ціна обсягу продукції, що виробила фірма, за вирахуванням вартості спожитих сировини та матеріалів, придбаних у постачальників.
- 3 ринкова ціна продукції, придбаної у постачальників;
- 4 ринкова ціна спожитих сировини та матеріалів.

72 Середні змінні витрати – це:

- 1 витрати на сировину, електроенергію виробничого значення, з/пл., робочих в розрахунку на одиницю продукції;
- 2 змінні витрати на одиницю продукції;
- 3 (сукупні витрати – постійні витрати)/ обсяг виробництва;
- 4 усі відповіді вірні.

73 Заробітна плата враховується при розрахунку:

- 1 ВВП за доходом;
- 2 ВВП за витратами;
- 3 чистого експорту;
- 4 усі попередні відповіді невірні.

74 Товарне господарювання – це така форма організації економіки, за якої:

- 1 продукти праці виробляються для обміну на ринку;
- 2 існує замкнутість виробників;
- 3 продукти виробляються для внутрішнього господарського споживання;
- 4 прямий зв'язок між виробництвом та споживанням;

75 Яка з наведених цілей фірми є найбільш важливою:

- 1 отримання прибутку;
- 2 максимізація продажу;
- 3 підвищення якості продукції;
- 4 збільшення заробітної плати робітників.

ГЕОГРАФІЯ ТУРИЗМУ ТА ТУРИСТИЧНЕ КРАЇНОЗНАВСТВО**1 Напрямки розвитку туристичного країнознавства на сучасному етапі:**

- 1 природно-історичне та економіко-демографічне;
- 2 природно-історичне та соціально-економічне;
- 3 історико-географічне та соціально-економічне;
- 4 усі відповіді вірні.

2 Туристичне країнознавство – це:

- 1 навчальна дисципліна, яка комплексно вивчає країни й регіони світу;
- 2 навчальна дисципліна, яка комплексно вивчає відмінності між країнами світу;
- 3 навчальна дисципліна, яка комплексно вивчає країни та їхні туристичні об'єкти.
- 4 усі відповіді вірні.

3 Об'єктом вивчення туристичного країнознавства є:

- 1 країни, як основні одиниці сучасної соціально-політичної організації світу;
- 2 специфічні просторові аспекти туризму у світі;
- 3 просторова організація і розвиток туризму в окремих країнах.
- 4 усі відповіді вірні.

4 Предмет туристичного країнознавства:

- 1 вивчення окремих регіонів, системи економічних зв'язків між регіонами;
- 2 вивчення конкретних територій, соціально-економічні й етнокультурні явища, туристичні ресурси країни;
- 3 вивчення розміщення туристичних об'єктів у різних країнах світу.
- 4 усі відповіді вірні.

5 Головна мета туристичного країнознавства – це:

- 1 здійснення нових прогресивних зрушень у туристичній діяльності окремих країн;
- 2 вирішення актуальних проблем територіального планування і розвитку туристичної діяльності;
- 3 ознайомлення із глобальною трансформацією всіх країн світу в умовах посилення взаємозалежності національних економік, світових інтеграційних процесів.
- 4 усі відповіді вірні.

6 З якими науками пов'язане туристичне країнознавство:

- 1 системою економічних, географічних, соціологічних, політологічних наук;
- 2 системою економічних, регіональних, математичних, культурологічних наук;
- 3 системою геополітичних, географічних, біологічних, демографічних наук.
- 4 усі відповіді вірні.

7 Які два основних види країнознавства існують:

- 1 туристичне та просторове;
- 2 інформаційне та власне наукове;
- 3 інформаційне та географічне.
- 4 усі відповіді вірні.

8 Основні функції країнознавства:

- 1 інформаційна, аналітична, консолідаційна;
- 2 контрольна, облікова, мотиваційна;
- 3 історично-пізнавальна, культурна, соціальна.
- 4 усі відповіді вірні.

9 З якими науками туристичне країнознавство має зв'язок:

- 1 географічними, філософськими, математичними, соціальними;
- 2 географічними, природничими, економічними, політичними, соціальними;
- 3 прикладними, математичними, гуманітарними; соціальними та економічними.
- 4 усі відповіді вірні.

11 Географічне положення – це розміщення певного об'єкта відносно:

- 1 полюсів світу та великих ділянок суходолу;

- 2 екватора та океанів;
- 3 усіх географічних об'єктів.
- 4 усі відповіді вірні.

12 Територіальні відносини в реальному просторі – це відносини:

- 1 економіко-географічні;
- 2 фізико-географічні;
- 3 соціально-географічні.
- 4 усі відповіді вірні.

13 Суверенне політичне утворення з певною територією, господарством та політичною владою – це:

- 1 колонія;
- 2 держава;
- 3 країна.
- 4 усі відповіді вірні.

14 З переліку країн зазначте країни-гіганти за розмірами території (більше 3 млн. км²):

- 1 Канада, США, Китай, Бразилія, Австралія, Індія;
- 2 Аргентина, США, Китай, Бразилія, Австралія, Індія;
- 3 Канада, США, Китай, Казахстан, Австралія, Індія.
- 4 усі відповіді вірні.

15 За галузевою структурою зайнятості або за галузевою структурою ВВП країни розподіляються на:

- 1 аграрні, індустріальні, постіндустріальні, аграрно-індустріальні (індустріальноаграрні);
- 2 аграрні, туристичні, відкриті, аграрно-індустріальні (індустріально-аграрні);
- 3 індустріальні, постіндустріальні, аграрно-індустріальні (індустріально-аграрні).

16 До країн «великої сімки» належать такі країни:

- 1 Швеція, Франція, Великобританія, Італія, ПАР, Канада, Росія;
- 2 США, Нідерланди, ФРН, Франція, Великобританія, Швейцарія, Канада;
- 3 США, Японія, ФРН, Франція, Великобританія, Італія, Канада.
- 4 усі відповіді вірні.

17 Форма правління, при якій верховна державна влада формально (цілком або частково) зосереджена в руках одноособового керівника держави є:

- 1 республікою;
- 2 монархією;
- 3 протекторатом.
- 4 усі відповіді вірні.

18 Столиці країн світу за походженням бувають:

- 1 історичні, політичні, ситуаційні;
- 2 родові, історичні, штучні, ситуаційні, політичні;
- 3 родові, історичні, політичні.
- 4 усі відповіді вірні.

19 Якого типу республіки не існує:

- 1 президентсько-парламентської;
- 2 парламентсько-президентської;
- 3 конституційної;

4 усі відповіді вірні.

20 В якому типі монархії, як політична, так і духовна влада зосереджені в руках церкви:

1 теократичній;

2 абсолютній;

3 конституційній;

4 усі відповіді вірні.

21 Цивілізоване суспільство:

1 осіле, культурне, пасіонарне;

2 осіле, грамотне, справедливе;

3 осіле, грамотне, міське;

4 усі відповіді вірні.

22 Уявлення про різні цивілізації було введено:

1 С. Хантінгтоном;

2 Н. Данилевським;

3 А. Тойнбі;

4 усі відповіді вірні.

23 А. Тойнбі виділив ... локальних цивілізацій:

1 5;

2 8 ;

3 21;

4 12.

24 Глобалізація – це:

1 процес формування інтегрованої та взаємозалежної світової економіки, поширення певних економічних явищ у господарствах усіх країн;

2 організація верховної державної влади, порядок утворення її органів та їхня взаємодія з населенням;

3 формування єдиної світової економіки.

4 усі відповіді вірні.

25 Глобалізацією виробництва є:

1 спеціалізація та кооперування виробництва;

2 процес об'єднання історично відокремлених і відмінних між собою національних ринків у один великий ринковий простір;

3 технологія та організація виготовлення різних вузлів та агрегатів у окремі спеціалізовані підприємства.

4 усі відповіді вірні.

26 В основі розвитку глобалізації лежать чинники:

1 макроекономічні;

2 регіональні;

3 мікроекономічні;

4 усі відповіді вірні.

27 Яких відносин можуть стосуватися інтеграційні процеси:

1 економічних, політичних, соціальних;

2 географічних, політичних, соціальних;

3 демографічних, політичних, соціальних;

4 усі відповіді вірні.

28 Назвіть види міжнародної економічної інтеграції?

- 1 комплексна, галузева, регіональна;
- 2 відкрита, закрита;
- 3 короткострокова, довгострокова;
- 4 усі відповіді вірні.

29 Міжнародні організації поділяють на:

- 1 політичні, економічні та змішані;
- 2 географічні, політичні, соціальні;
- 3 економічні, змішані та міждержавні;
- 4 усі відповіді вірні.

30 До політичних організацій належать:

- 1 Організація Північноатлантичного договору – НАТО; Міжпарламентський союз; Організація Африканської єдності – ОАЄ;
- 2 Організація Американських держав – ОАД; Організація економічного співробітництва й розвитку – ОЕСР; Союз Арабського Магрибу – САМ;
- 3 Організація Північноатлантичного договору – НАТО; Співдружність націй; Співдружність Незалежних Держав – СНД;
- 4 усі відповіді вірні.

31 До економічних організацій належать:

- 1 Чорноморський район економічного співробітництва – ЧРЕС; Бенілюкс; Азіатсько-Тихоокеанське економічне співробітництво – АТЕС;
- 2 Латиноамериканська асоціація інтеграції – ЛААІ; Ла-Платська група; АНЗЮК – п'ятибічний блок Великої Британії, Австралії, Нової Зеландії, Малайзії та Сінгапуру;
- 3 Асоціація карибських держав; Антський пакт; Організація Американських держав – ОАД.
- 4 усі відповіді вірні.

32 До змішаних організацій відносять:

- 1 Організацію Об'єднаних Націй – ООН; Асоціацію країн Південно-Східної Азії – АСЕАН; Асоціацію регіонального співробітництва країн Південної Азії – СААРК;
- 2 Співдружність націй; Співдружність Незалежних Держав – СНД; Бенілюкс;
- 3 Європейська Асоціація вільної торгівлі – ЄАВТ; Латиноамериканська асоціація інтеграції – ЛААІ; Організація країн-експортерів нафти – ОПЕК;
- 4 усі відповіді вірні.

33 Ким було введено термін «геоекономіка»:

- 1 К. Жаком;
- 2 П. Савоном;
- 3 Е. Люттваком;
- 4 усі відповіді вірні.

34 Які три провідні геоекономічні школи сформувалися у світі:

- 1 німецька, італійська, французька;
- 2 американська, російська та італійська;
- 3 американська, швейцарська, німецька;
- 4 усі відповіді вірні.

35 Поняття «регіон» використовують:

- 1 для позначення району, області, території, частини країни, що вирізняється сукупністю природних або історико-географічних умов, і національним складом населення;

2 для означення місцевості, що вирізняється за географічними, економічними, адміністративними та іншими ознаками;

3 для визначення шляхів оптимізація регіональної економіки відповідно до певних факторів з урахуванням закономірностей і принципів;

4 усі відповіді вірні.

36 Ученим з яких країн належать теоретико-методологічні засади регіоналізації?

1 Великобританія, США, Франція;

2 Канада, США, Великобританія,;

3 США, Китай, Великобританія, Франція;

4 усі відповіді вірні.

37 Яку кількість регіонів світу виділяють у сучасній історико-географічній типологізації?

1 21;

2 18;

3 12;

4 8.

38 Близький Схід, Середній Схід, Скандинавія, Сахель, Закавказзя, Середня Азія, Далекий Схід, Магриб, Левант, Прибалтика – це:

1 регіони;

2 субрегіони;

3 райони;

4 усі відповіді вірні.

39 Назвіть характерні риси рекреаційних районів:

1 відкритість, безпечність, ресурсозабезпеченість;

2 економічність, промислова інфраструктура;

3 міжнародна експансія, соціо-культурні пріоритети розвитку;

4 усі відповіді вірні.

40 Провідний спеціаліст у галузі рекреаційного районування О. Бейдик в основу рекреаційно-туристичного районування поклав чотириступеневу ієрархічну систему таксономічних одиниць:

1 макрорайон → мезорайон → підрайон → мікрорайон;

2 субрегіон → мезорегіон → мікрорайон → місцевий ринок;

3 мегарайон → мезорайон → мікрорайон → мегаринок;

4 усі відповіді вірні.

41 Скільки мезорайонів входять до складу Європейського макрорайону:

1 15;

2 13;

3 20;

4 25.

42 Всесвітня туристична організація виокремлює:

1 4 регіони і 14 субрегіонів;

2 5 регіонів і 14 субрегіонів;

3 5 регіонів і 10 мікрорегіонів;

4 10 регіонів і 5 мікрорегіонів.

43 Духовною основою найвідоміших сучасних цивілізацій стали релігії Азії:

- 1 християнство, іслам, буддизм, індуїзм;
- 2 християнство, буддизм, кришнаїзм, зороастризм;
- 3 іслам, буддизм, ламаїзм, синтоїзм;
- 4 усі відповіді вірні.

44 Які галузі економіки переважають в більшості країн Азії:

- 1 переробна промисловість та сільське господарство;
- 2 гірничодобувна промисловість та сільське господарство;
- 3 харчова промисловість та сільське господарство;
- 4 усі відповіді вірні.

45 В Азії виділяють:

- 1 5 регіонів;
- 2 6 регіонів;
- 3 7 регіонів;
- 4 8 регіонів.

46 Домінуючою релігією в країнах Південно-Західної Азії є:

- 1 іслам;
- 2 християнство;
- 3 іудаїзм;
- 4 буддизм.

47 До Південно-Азіатського регіону входить країн:

- 1 8;
- 2 9;
- 3 10;
- 4 11.

48 Найпривабливіші для туризму країни Південно-Східної Азії:

- 1 Малайзія, Сінгапур, Таїланд;
- 2 Малайзія, Камбоджа, Філіппіни;
- 3 В'єтнам, Філіппіни, Таїланд;
- 4 усі відповіді вірні.

49 Перерахуйте країни, які входять до складу Центральної (Середньої) Азії:

- 1 Узбекистан, Туркменістан, Таджикистан, Киргизстан, Казахстан;
- 2 Узбекистан, Туркменістан, Таджикистан, Казахстан, Монголія;
- 3 Узбекистан, Туркменістан, Китай, Киргизстан, Казахстан;
- 4 Узбекистан, Таджикистан, Казахстан, Монголія.

50 Основні туристичні ресурси регіону Центральної Азії зосереджені в:

- 1 Узбекистані, Туркменістані;
- 2 Узбекистані, Таджикистані;
- 3 Киргизстані, Казахстані.
- 4 усі відповіді вірні.

51 Домінування якої державної мови спостерігається в країнах Південно-Західної Азії:

- 1 арабської;
- 2 англійської;
- 3 французької;
- 4 усі відповіді вірні.

52 Частка китайців в населенні країни становить:

- 1 92 %;
- 2 82 %;
- 3 72 %;
- 4 62 %.

53 Найпоширеніші релігійні вірування Китаю:

- 1 конфуціанство і буддизм;
- 2 конфуціанство, даосизм і буддизм;
- 3 буддизм і даосизм;
- 4 усі відповіді вірні.

54 Частка територій з екстремальними природними умовами в Китаї:

- 1 30%;
- 2 50 % ;
- 3 60% ;
- 4 20%.

55 Величезне досягнення Китаю - це створення:

- 1 високоефективного сільського господарства;
- 2 важкої індустрії і, особливо, машинобудування;
- 3 наукоємних галузей;
- 4 усі відповіді вірні.

56 Де зосереджені підприємства легкої промисловості:

- 1 у великих містах;
- 2 переважно в портових містах;
- 3 у містах на периферії;
- 4 усі відповіді вірні.

57 Розвиток туризму в Китаї породжують:

- 1 унікальні природні, історико-культурні об'єкти та цілеспрямована політика їхньої охорони;
- 2 історико-культурні об'єкти та цілеспрямована політика їхньої охорони;
- 3 унікальні природні, історико-культурні об'єкти;
- 4 усі відповіді вірні.

58 Характерною рисою китайських ландшафтів є:

- 1 органічне поєднання високих сучасних споруд та культурних пам'яток;
- 2 органічне поєднання природних особливостей з архітектурними;
- 3 органічне поєднання високих сучасних споруд із природними особливостями;
- 4 усі відповіді вірні.

59 Транспортна інфраструктура у сфері туризму розвинена:

- 1 нерівномірно на території країни;
- 2 рівномірно по всій країні;
- 3 подекуди у великих містах;
- 4 усі відповіді вірні.

60 Однією з найвеличніших і найвідоміших у світі історико-культурних пам'яток є:

- 1 Храм Нефритового Будди;
- 2 Великий Китайський мур;
- 3 Храм Неба.

4 усі відповіді вірні.

62 Яке місто найбільше нагадує європейське:

- 1 Гонконг;
- 2 Макао;
- 3 Пекін;
- 4 усі відповіді вірні.

63 Японія є:

- 1 Конституційною монархією;
- 2 Президентською республікою;
- 3 Парламентською республікою;
- 4 усі відповіді вірні.

64 Виконавча влада в країні зосереджена в руках:

- 1 Імператора;
- 2 Прем'єр-міністра;
- 3 Парламенту;
- 4 усі відповіді вірні.

65 Рівень урбанізації в Японії становить:

- 1 60%;
- 2 70%;
- 3 80%;
- 4 40 %.

66 З релігій широкого поширення в країні набули:

- 1 синтоїзм та буддизм;
- 2 буддизм та християнство;
- 3 синтоїзм та даосизм;
- 4 християнство та буддизм.

67 Основою японської промисловості є:

- 1 малі підприємства;
- 2 приватні підприємства;
- 3 потужні корпорації;
- 4 усі відповіді вірні.

68 У світовому виробництві машин і устаткування частка Японії становить:

- 1 10%;
- 2 15%;
- 3 20%;
- 4 25%.

69 У рельєфі Австралії переважають:

- 1 гори;
- 2 рівнини;
- 3 плоскогір'я;
- 4 нагір'я.

70 Австралія лежить на:

- 1 стародавньої платформи;
- 2 молодий платформі;
- 3 в зоні складчастості;

4 в зоні розломів.

71 В Австралії Великий Вододільний хребет розташований:

- 1 на заході;
- 2 на сході;
- 3 на півночі;
- 4 в центрі материка.

72 Австралія є частиною плити:

- 1 Євразійської;
- 2 Тихоокеанської;
- 3 Індо-Австралійської;
- 4 Антарктичної.

73 Найвища точка Австралії:

- 1 м Брус;
- 2 м Лібіг;
- 3 м Косцюшко;
- 4 м Айрес-Рок.

74 На навітряних схилах Великого Вододільного хребта опади випадають:

- 1 взимку;
- 2 влітку;
- 3 рівномірно протягом усього року;
- 4 усі відповіді вірні.

75 На півночі Австралії розташовується кліматичний пояс:

- 1 субекваторіальний;
- 2 тропічний;
- 3 субтропічний;
- 4 усі відповіді вірні.

ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИЗМУ

1 До категорії міжнародних туристів не включають осіб, які:

- 1 подорожують з метою відпочинку, лікування, відвідування родичів та ін.;
- 2 подорожують з метою участі в семінарах, конгресах (наукових, дипломатичних, релігійних, адміністративних, атлетичних тощо);
- 3 подорожують з діловими цілями;
- 4 здійснюють подорожі з метою державної служби (державні діячі, члени делегацій, дипломатії, торговельні місії, військовослужбовці та ін.).

2 Характерні туристські послуги й товари це:

- 1 попередньо розроблений комплекс туристських послуг, який поєднує не менш ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонуються для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристські послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням;
- 2 послуги й товари, призначені для задоволення потреб споживачів, надання та виробництво яких суттєво скоротиться без їх реалізації туристам;
- 3 послуги й товари, призначені для задоволення потреб споживачів, надання та виробництво яких несуттєво скоротиться без їх реалізації туристам;
- 4 послуги з організації рекламно-ознайомлювальних подорожей, участь у спеціалізованих виставках, ярмарках, видання каталогів, буклетів тощо.

3 Яка мета не може бути метою туристичної подорожі:

- 1 заняття оплачуваною діяльністю;
- 2 пізнавальна мета подорожі;
- 3 ділова мета подорожі;
- 4 відвідування релігійних місць.

4 Місце продажу (реалізації) туристських послуг – це:

- 1 країна, в якій зареєстровано відповідний суб'єкт господарювання, що реалізує туристський продукт;
- 2 країна, на території якої безпосередньо надаються туристські послуги;
- 3 туристичне агентство, що безпосередньо реалізує туристський продукт;
- 4 об'єкт розміщення туристів (готель, база тощо).

5 3-й етап розвитку туризму –це:

- 1 період елітарного туризму
- 2 період становлення туризму як галузі;
- 3 період становлення масового туризму і формування індустрії туризму;
- 4 монополізація туристської індустрії.

6 Для першого етапу розвитку туризму не характерні такі риси:

- 1 розвиток торгівлі, що, в свою чергу, сприяє соціально-економічному розвитку суспільства і задоволенню потреб людини в пізнанні оточуючого світу;
- 2 розвиток різних релігій також сприяв розвитку подорожей в різні епохи, особливо в епоху середньовіччя.
- 3 розвиток культури і мистецтва.
- 4 поява перших туристичних організацій.

7 Що характерно для третього етапу розвитку туризму:

- 1 швидко формується туристична індустрія;

2 з'являються державні та міжнародні туристичні організації, що свідчить про вихід туризму на державний та міжнародний рівні;

3 туризм стає одним із чинників глобалізаційних процесів у світі;

4 розширюється географія туристичних подорожей.

8 Скільки етапів виділяють у процесі розвитку туризму:

1 три етапи;

2 чотири етапи;

3 п'ять етапів;

4 два етапи.

9 Туризм як сегмент світового ринку:

1 являє собою одну з форм міграції населення і пов'язує з актом пересування, подорожі, перетину простору;

2 це велика економічну систему з різноманітними зв'язками між кремими елементами в рамках як народного господарства окремої країни, так і зв'язків національної економіки зі світовим господарством у цілому;

3 охоплює попит (турист), пропозицію (туристська індустрія) і ристський продукт, на який спрямовано інтерес туриста;

4 являє собою ринок, на якому сходяться підприємства традиційних галузей господарства (транспорт, ресторанне господарство, готельне господарство, культура, торгівля тощо) з метою пропозиції своєї продукції та послуг туроператорам – підприємствам з формування, просування та реалізації туристського продукту.

10 Наведіть визначення туризму, що використовується в статистиці:

1 діяльність осіб, які подорожують і перебувають у місцях, що знаходяться за межами їхнього звичайного середовища протягом періоду, що не перевищує одного року підряд, з метою відпочинку, діловими та іншими цілями;

2 складне соціально- економічне явище, розкриває його внутрішній зміст, який полягає у єдності різноманіття властивостей і відносин;

3 один з видів активного відпочинку, що являє собою подорож, яка здійснюється з метою пізнання тих чи інших районів, нових країн і поєднується в ряді країн з елементами спорту;

4 система і форма проведення вільного часу у походах і поїздках, які поєднуються з активним відпочинком і зміцненням здоров'я людини, з підвищенням її загальної культури та освіти.

11 Тимчасові виїзди (подорожі) громадян країни, іноземних громадян і осіб без громадянства з постійного місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно - ділових, спортивних, релігійних та інших цілях без зайняття оплачуваною діяльністю в країні (місці) тимчасового перебування називається:

1 туристичною діяльністю;

2 подорожжю;

3 відпочинком;

4 туризмом.

12 Туроператорская і турагентська діяльність, а також інша діяльність з організації подорожей називається:

1 діяльністю тур фірм;

2 дозвільною діяльністю;

3 туристською діяльністю;

4 організацією подорожей.

13 До внутрішнього туризму відносяться:

- 1 подорожі мешканців якої-небудь країни по території цієї країни;
- 2 подорожі по якій-небудь країні осіб, які не є її мешканцями;
- 3 подорожі мешканців якої-небудь країни до іншої країни;
- 4 строго регламентовані подорожі мешканців якої-небудь країни по території цієї країни, пропонувані туристськими фірмами і реалізовані звичайно на умовах попередньої оплати.

14 Лікувальний (медичний), рекреаційний, спортивний, пізнавальний, з діловою метою, конгресний, культовий (релігійний), ностальгічний –це види туризму залежно:

- 1 від потреб, що обумовлюють туристську подорож;
- 2 від часу подорожі;
- 3 від тривалості подорожі;
- 4 від принципу формування ціни.

15 Подієвий туризм – це:

- 1 поїздки для участі в з'їздах, наукових конгресах і конференціях, виробничих нарадах і семінарах, ярмарках, виставках, салонах, а також для проведення переговорів та укладання контрактів, монтажу та наладки обладнання;
- 2 освітні тури з метою вивчення іноземних мов або поглиблення знань іноземної мови;
- 3 поїздки туристів на різні свята, карнавали, фестивалі, спортивні змагання;
- 4 відвідування екологічно чистих природних територій (заповідників, заказників, ботанічних садів, національних парків), що не змінених або мінімально змінених діяльністю людини.

16 Промислово - прогулочний туризм – це:

- 1 відвідування туристами сільської місцевості з метою відпочинку та організації розваг в екологічно чистих (щодо міських поселень) районах;
- 2 прогулянки, що супроводжуються збиранням грибів, ягід, горіхів, квітів, лікувальних рослин, морських моллюсків, коралів, дорогоцінних і напівкоштовних каменів і мінералів, інших дарів природи, колекціонуванням метеликів, жуків, упорядкуванням гербарію тощо;
- 3 подорож з рюкзаком від ночівлі до ночівлі, один з найпоширеніших видів туризму;
- 4 подорожі туристів у власних або орендованих автомобілях, часто зі спеціальним причепом.

17 Маунтінбайкінг – це:

- 1 участь у гірських сходженнях різного ступеня складності;
- 2 спуск з гірських вершин по стежках на велосипедах;
- 3 спуск на лижах поза трасою;
- 4 дослідження печер, глибоких шахт, розломів або прірв.

18 Снорклінг - це:

- 1 плавання з маскою, трубкою і ластами, не вимагає спеціальної підготовки;
- 2 пірнання з аквалангом на глибину;
- 3 катання по морських хвилях;
- 4 сплав по гірських річках на плотках, каяках, байдарках і катамаранах.

19 Проживання в племені, в якому зберігся первісний лад без всяких благ цивілізації чи далеко від обжитих місць серед аборигенів, що живуть натуральним господарством – це:

- 1 етнографічні міні експедиції;
- 2 джайлоо-туризм;
- 3 мілітарітури;
- 4 хобітуризм.

20 Яка функція туризму реалізується при продажу супутніх послуг і товарів:

- 1 економічна функція;
- 2 соціальна функція;
- 3 гуманітарна функція.
- 4 комерційна функція.

21 Яка функція туризму реалізується при відвідуванні виставки:

- 1 економічна функція;
- 2 соціальна функція;
- 3 гуманітарна функція;
- 4 пізнавальна функція.

22 Дозволяє поєднувати відпочинок з пізнанням життя, побуту, історії, культури, звичаїв свого та інших народів. Знайомство з країнами і народами, різноманітна тематика екскурсій розширюють світогляд людини, розвивають її інтелект, допомагають краще усвідомлювати реальну картину світу – це:

- 1 економічна функція;
- 2 соціальна функція;
- 3 гуманітарна функція;
- 4 пізнавальна функція.

23 До туризму в оздоровчих цілях слід віднести:

- 1 поїздку у закордонну лікарню;
- 2 поїздку на курорт;
- 3 поїздку у заповідники;
- 4 відвідини театрів та музеїв.

24 В'їзний туризм (іноземний) — це:

- 1 діяльність, пов'язана зі здійсненням туризму жителями країни на її території;
- 2 діяльність, пов'язана із перебуванням жителів однієї країни на території іншої країни;
- 3 подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території;
- 4 вид активного туризму в межах однієї країни, спрямований на раціональне використання вільного часу.

25 Виїзний туризм (зарубіжний) — це:

- 1 діяльність, пов'язана зі здійсненням туризму жителями країни на її території;
- 2 подорожі громадян України та осіб, які постійно проживають на території України, до інших країн;
- 3 подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території;
- 4 вид активного туризму в межах однієї країни, спрямований на раціональне використання вільного часу.

26 Рекреаційний туризм - це:

- 1 вид туризму, який передбачає подорожування в екологічно чистих районах і під час якого обслуговування туристів не порушує екологічної рівноваги;
- 2 один з видів екологічного туризму;
- 3 вид активного туризму, спрямований на раціональне використання вільного часу і регламентований відповідними руховими режимами з метою пізнання навколишнього середовища, оздоровлення, відновлення сил (працездатності), розваги і задоволення).
- 4 пляжний туризм.

27 Екологічний туризм - це:

1 вид туризму, який передбачає подорожування в екологічно чистих районах і під час якого обслуговування туристів не порушує екологічної рівноваги;

2 здійснення небезпечних туристичних походів; пов'язаний часто з ризиком для здоров'я або й життя;

3 вид активного туризму, спрямований на раціональне використання вільного часу і регламентований відповідними руховими режимами з метою пізнання навколишнього середовища, оздоровлення, відновлення сил (працездатності), розваги і задоволення). 4 сільський (зелений) туризм.

28 Технологія – це:

1 сукупність прийомів і засобів отримання, обробки або переробки сировини, матеріалів, напівфабрикатів, виробів, що здійснюються в різних галузях економіки;

2 результат безпосередньої взаємодії виконавця і споживача, а також власної діяльності споживача із задоволення потреб споживача;

3 результат діяльності туристського підприємства із задоволення потреб туристів;

4 алгоритм обробки напівфабрикатів, виробів, що здійснюються в різних галузях економіки.

29 Що не відноситься до особливостей туристських послуг:

1 нематеріальний характер туристської послуги;

2 можливість відокремити процес виробництва і споживання туристської послуги;

3 неможливість зберігання туристської послуги; 4 участь споживача у виробництві послуги;

30 Допоміжні технологічні процеси...:

1 відповідають основній функції певного виробництва;

2 забезпечують умови, необхідні для здійснення основних процесів: контроль за технічним і естетичним станом устаткування і помешкань, їхнє обслуговування і ремонт;

3 пов'язані з експлуатацією устаткування і приміщень (прибирання, чищення), збереженням і переміщенням сировини, матеріалів, напівфабрикатів, готової продукції;

4 здійснюються складськими, транспортними й технічними службами.

31 Що не відноситься до технологічних процесів туроператора:

1 формування (комплектування) турпродукту;

2 просування турпродукту;

3 роздрібна реалізація турпродукту;

4 контроль і оперативне супроводження турпродукту;

32 Інклюзив-тур – це :

1 тур, який може бути гнучким і коригуватися в залежності від потреб;

2 тур з жорстким, заздалегідь визначеним, набором послуг, що не змінюється при продажі;

3 тур з варіантами обслуговування;

4 комплекс послуг з розміщення, перевезення, харчування туристів, екскурсійні послуги, а також послуги гідів-перекладачів, що надаються в залежності від цілей подорожі.

33 За технологічно-топологічними ознакою всі інформаційні системи можна розділити на такі класи:

1 системи, створені в середовищі локальних обчислювальних мереж, які забезпечують діяльність підрозділів туристичних фірм, розташованих в одній будівлі, без автоматизації їхньої зовнішньої взаємодії з використанням інформаційних каналів; системи, які включають можливості програмних комплексів, але додатково до них реалізується модемний зв'язок туроператора в пакетному режимі з відділами реалізації турпродукту чи турагентствами;

туроператорські системи, які базуються на використанні чинних чи новостворюваних глобальних телекомунікаційних мереж;

2 основні технологічні системи, які забезпечують виконання замовлень клієнтів; допоміжні системи, які автоматизують службові функції турфірм із формування документів, а також взаєморозрахунки з головними комп'ютерними і транспортними системами; системи управління, які актуалізують дані про діяльність фірм і надають керівникам інформацію, необхідну для ухвалення рішень;

3 спеціалізовані комп'ютерні технології (системи резервування і бронювання, програми автоматизації туристичних агенцій, програми автоматизації готелів, карти і картографування); комп'ютерні технології загального користування;

4 системи, створені в середовищі локальних обчислювальних мереж; технологічні системи, які забезпечують виконання замовлень клієнтів; системи управління, які актуалізують дані про діяльність фірм і надають керівникам інформацію, необхідну для ухвалення рішень.

34 До переваг методу електронних продажів не відноситься:

1 необмежений обсяг інформації, що дозволяє представити докладну інформацію туристської фірми про її проекти (ілюстрації, фото та інші наочні матеріали, прайс-листи з необмеженою кількістю позицій);

2 широта охоплення аудиторії, доступність інформації усім структурам і особам, які мають вихід в Інтернет;

3 цілодобовий доступ до інформації; – можливість оперативного відновлення інформації;

4 своєчасне оформлення взаємин.

35 До групи документів для замовлення відносяться:

1 договір, путівка, ваучер, страховий поліс, квиток на транспорт;

2 лист бронювання, підтвердження бронювання);

3 паспорт, доручення на дітей та ін.;

4 прибутковий касовий ордер, чек електронного касового апарату, туристська путівка за формою № 1-ТУР.

36 Ярмарок – це:

1 економічна виставка зразків відповідно до звичаїв країни, на території якої вона знаходиться, крупний ринок товарів, що діє у встановлені терміни в одному й тому ж місці, на якому учасникам дозволено представляти зразки своєї продукції для укладання торговельних угод у національному й міжнародному масштабі;

2 показ, основною метою якого є ознайомлення публіки шляхом демонстрації засобів, що є в розпорядженні людства для задоволення потреб в одній або декількох галузях його діяльності або майбутніх його перспектив;

3 комплексний підхід до демонстрації туристських послуг, який повністю враховує інтереси клієнтів відповідно до мети подорожі, віку, складу групи, соціальної приналежності та ін.;

4 туристська діяльність, покликана реалізувати специфічні запити людей під час організованих зустрічей.

37 До можливих варіантів участі у виставках не відноситься:

1 участь без стенду;

2 участь на колективному стенді;

3 організація власного стенду;

4 участь на орендованому стенді.

38 Карти, листівки, буклети, сувеніри, туристське спорядження, які можуть придбати туристи за власним бажанням, - це:

- 1 туристський продукт;
- 2 туристсько-екскурсійні послуги;
- 3 туристські товари;
- 4 немає вірної відповіді.

39 Якими споживчими властивостями не володіє туристський продукт:

- 1 надійність;
- 2 цілісність;
- 3 корисність;
- 4 довговічність.

40 Якість туристичного продукту – це:

- 1 сукупність властивостей туристських послуг і процесів обслуговування по задоволенню зумовлених або передбачуваних потреб туристів;
- 2 сукупність властивостей продукту, які обумовлюють її придатність задовольнити певні потреби відповідно до призначення;
- 3 визначеність продукту, що відрізняє його від усіх інших;
- 4 усі відповіді вірні.

41 Який показник оцінки якості не відноситься до групи показників призначення:

- 1 комплексність тури;
- 2 соціальна адаптація споживача;
- 3 тайм-менеджмент;
- 4 анімаційне супроводження туру.

42 Концепція, що намагається описати маркетингову стратегію просування і продажу туристичного продукту, прибуток, споживачів, конкурентів і стратегію маркетингу з моменту надходження продукту на ринок і до її відходу з ринку – це:

- 1 товарна концепція;
- 2 виробнича концепція;
- 3 збутова концепція;
- 4 життєвий цикл тур продукту.

43 Генералізація туристичного продукту – це:

- 1 встановлення сполучуваності властивостей і відносин об'єктів рекреації, туристського інтересу і можливостей постачальників компонентів забезпечення в турі;
- 2 процес відбору та узагальнення змісту і властивостей компонентів і робіт при включенні їх у пакет туристичного обслуговування відповідно до цільової або тематичної спрямованості конкретного туру і можливостями їх постачальників або виконавців.
- 3 виділення частини турпродукту з власною специфікою, спрямованістю робіт;
- 4 усі відповіді вірні.

44 Після якого етапу проектування туристської послуги розробляється технологічна документація?

- 1 встановлення нормованих характеристик послуги;
- 2 затвердження проекту;
- 3 встановлення технології процесу обслуговування туристів;
- 4 аналіз проекту.

45 Які етапи включає в себе процес формування турпродукту?

- 1 пошук і відбір партнерів і постачальників;
- 2 формування основного і додаткового комплексів послуг;
- 3 експериментальна перевірка туру;
- 4 усі відповіді вірні.

46 Хто несе відповідальність за всі послуги, які може отримати турист (як ті, що входять до пакету туру, так і ті, що надаються додатково)?

- 1 рецептивний туроператор;
- 2 ініціативний туроператор;
- 3 турагент;
- 4 немає правильної відповіді.

47 Пакет послуг – це:

- 1 набір послуг, що складають програму обслуговування у рамках туру;
- 2 послуги, що можуть бути надані споживачеві за його бажанням і відповідно до його інтересів за додаткову плату;
- 3 вироблений туроператором туристський продукт, що складається з певного набору послуг;
- 4 набір послуг, зорієнтований на певний вид відпочинку або туризму, а також на соціальний клас туристів і їх вік.

48 Обов'язкові з погляду законності й встановленого порядку дії з оформлення і здійснення туристської подорожі, а також процедури, пов'язані з перетином кордонів – це:

- 1 візовий режим;
- 2 туристські формальності;
- 3 державне регулювання туристичної діяльності;
- 4 поліцейські формальності.

49 Що не відноситься до туристських формальностей?

- 1 візи;
- 2 валютний контроль;
- 3 санітарні правила;
- 4 покупка туру.

50 Туристські формальності поділяються на такі групи:

- 1 ліцензування, сертифікація, стандарти обслуговування;
- 2 ліцензування, валютний контроль, митні правила, паспортні, візові;
- 3 медичні, митні, валютний контроль, паспортні, візові;
- 4 митні, валютний контроль, паспортні, сертифікація.

51 Віза – це:

- 1 офіційний документ, що засвідчує особистість туриста;
- 2 різновид міжнародного страхового поліса, що дозволяє отримувати і оплачувати страхові послуги в будь-якій країні світу;
- 3 спеціальний дозвіл іноземного уряду на в'їзд-виїзд, проживання або транзитний проїзд через територію її держави;
- 4 немає правильної відповіді.

52 Яких віз не існує?

- 1 одноразові й багаторазові;
- 2 індивідуальні й групові;
- 3 студентські;

4 немає правильної відповіді.

53 Відмітка в паспорті дипломатичними представництвами іноземних держав, що дає право його власнику на тимчасовий в'їзд на територію країни, яка видала йому візу, з метою туризму і відпочинку – це:

- 1 ділова віза;
- 2 приватна віза;
- 3 туристська віза;
- 4 транзитна віза.

54 Митні формальності представляють собою процедури, пов'язані з перевіркою дотримання особами, що перетинають державний кордон:

- 1 встановленого паспортно-візового режиму;
- 2 встановлених вимог вакцинації;
- 3 правил і умов ввезення та вивезення речей, товарів та валютних коштів;
- 4 немає правильної відповіді.

55 Документ, що надається при перетині громадянами державного кордону органам митного контролю про ті речі й товари, що провозяться з собою або окремим вантажем – це:

- 1 митна декларація;
- 2 міграційна карта;
- 3 митний збір;
- 4 запрошення.

56 Які етапи перевірки проходить турист на кордоні?

- 1 валютний контроль;
- 2 паспортний контроль;
- 3 огляд багажу;
- 4 усі відповіді вірні.

57 Які щеплення є обов'язковими для туристів?

- 1 щеплення від чуми;
- 2 щеплення від грипу;
- 3 щеплення від жовтої лихоманки;
- 4 щеплення від кору.

58 Яке з цих тверджень НЕ є концептуальною характеристикою туризму:

- 1 туризм виникає із руху людей та їхнього перебування в різних напрямках;
- 2 рух напрямків має тимчасовий, короткостроковий характер, з можливістю зміни через кілька днів, тижнів або місяців;
- 3 існує три елементи туризму: поїздка до туристичного напрямку та перебування, включаючи діяльність у туристичному напрямку та повернення до місця проживання;
- 4 напрямки відвідуються не з метою зміни постійного місця проживання або роботи.

59 Тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних або професійно-ділових цілях без зайняття оплачуваною діяльністю – це:

- 1 подорож;
- 2 туризм;
- 3 мандрівка;
- 4 переміщення.

60 Туризм як вид економічної діяльності має наступні особливості (має декілька правильних відповідей):

- 1 туристичні послуги мобільні, вони можуть іти за покупцями збереженню;
- 2 туристичні послуги губляться у часі - доход від наданої в певний період часу послуги губиться назавжди;
- 3 якість послуг у складі туру не може змінюватися, тому необхідно встановлювати єдину ціну на нього;
- 4 на туристичному ринку є територіальна роз'єднаність споживача і виробника. Питання інформації і реклами свого продукту в інших регіонах, зв'язки із закордонними партнерами дуже важливі для туристичного бізнесу.

61 Одиницею туризму вважається:

- 1 мандрівник;
- 2 турист;
- 3 споживач туристичних послуг;
- 4 подорожуючий.

62 Які категорії включає в себе поняття «тимчасові міжнародні відвідувачі»:

- 1 мандрівники та туристи;
- 2 подорожуючі та екскурсанти;
- 3 екскурсанти та мандрівники;
- 4 туристи та екскурсанти.

63 Які з цих категорій відвідувачів НЕ є екскурсантами:

- 1 пасажери круїзів, які ночують на судні, навіть якщо воно стоїть в порту декілька днів;
- 2 транзитні пасажери;
- 3 пасажери-учасники групової поїздки, які розміщені на поїзді;
- 4 команди воєнних кораблів (якщо команда ночує на борту корабля).

64 До суб'єктів туристичної діяльності НЕ відносять:

- 1 транспортні компанії;
- 2 туроператор, тур агент;
- 3 фірма, яка видає авто напрокат;
- 4 страхові компанії.

65 З географічної точки зору можна виділити такі основні типи туризму:

- 1 внутрішній, в'їзний та виїзний туризм;
- 2 національний та міжнародний туризм;
- 3 курортний, рекреаційний та оздоровчий;
- 4 плановий, самодіяльний та незалежний.

66 Вид туризму, який припускає відносний примітивізм потреб і мотивації туристів:

- 1 конвеєрний туризм;
- 2 диференційований туризм;
- 3 популярний туризм;
- 4 масовий туризм.

67 Невиснажливе використання природного і культурного потенціалу на основі програмно-цільового підходу до розвитку туризму; перехід підприємств туризму на ресурсозберігаючі технології; скорочення виробничих відходів; залучення місцевого населення в процес прийняття рішень стосовно розвитку туризму шляхом консультацій;

партнерство у взаємовідносинах суспільного і приватного сектору; сприяння туризму соціально-економічному підйому окремих територій і держав – все це:

- 1 соціальний туризм;
- 2 екологічний туризм;
- 3 елітарний туризм;
- 4 сталий туризм.

68 Пекідж-тур – це:

- 1 надання туристові повного комплексу послуг, вартість перевезення туристів до місця призначення і назад визначається на основі спеціально розроблених тарифів; покупцеві туру повідомляється паушальна ціна туру без розбивки її на окремі види і форми послуг;
- 2 надання туристові повного комплексу послуг, що, однак, може не включати транспортні послуги (витрати); зазвичай організуються по визначеній заздалегідь рекламній програмі;
- 3 тур, у ціну якого входить вартість за проживання та харчування;
- 4 тур, який припускає постійне переміщення з країни до країни, зазначеної в турі, без зупинок на ночівлю.

69 Туристична пропозиція – це:

- 1 потреби всієї надзвичайно різноманітної за своїм складом клієнтури туризму;
- 2 це сукупність усіх транспортних засобів, споруджень для розміщення туристів: туристські спорудження, курортні спорудження, розважальні установи, центри для проведення конгресів і семінарів; споруджень для надання посередницьких послуг;
- 3 вся сукупність матеріально-технічної бази, туристичних послуг і товарів;
- 4 відношення процентної зміни обсягу попиту до процентної зміни сукупного доходу споживача.

70 Чинником, який негативно впливає на туризм, є:

- 1 більш рівномірний розподіл доходів;
- 2 невігідна кон'юнктурна ситуація;
- 3 стабільний стан валюти;
- 4 зростання реального доходу.

71 Яка з функцій не є економічною функцією туризму:

- 1 виробнича функція;
- 2 функція забезпечення зайнятості населення;
- 3 функція згладжування;
- 4 функція відтворення.

72 Наукові розробки туристської проблематики здійснюються:

- 1 ВТО;
- 2 Хартія туризму;
- 3 Міжнародна академія туризму;
- 4 Міжнародна асоціація наукових експертів у галузі туризму.

73 Першою українською жінкою-мандрівницею можна вважати:

- 1 княгиню Ольгу;
- 2 княгиню Катерину;
- 3 княгиню Ганну;
- 4 княгиню Єлізавету.

74 Економіка туризму – це:

1 розділ туризму, який розглядає туризм як різновид людського активізму, метою якого є задоволення потреб індивіда за рахунок здійснення подорожі;

2 прикладна наука, що вивчає поведінку людей та груп у виробництві, розподіленні, обміні та споживанні туристичного продукту з метою задоволення потреб, при обмеженості туристичних ресурсів і конкуренції за їх використанням;

3 вчення про цивілізовану взаємодію туризму із природним середовищем з метою нейтралізації негативних впливів на біосферу;

4 теорія культурних трансформацій особистості в контексті її перебування в інших соціокультурних середовищах.

75 Художньо-естетичні можливості туризму, які сприяють подальшому розвитку емоційного ставлення людини до навколишнього середовища, природного чи урбанізованого – це:

1 етика туризму;

2 культурологія туризму;

3 естетика туризму;

4 соціологія туризму.

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИЗМУ

1 Аналіз економічних показників доповнюється протилежним процесом:

1 індукцією

2 дедукцією

3 синтезом

4 систематизацією

2 Абсолютні величини вимірюються в:

1 шт., грн., днях, добах

2 процентах, коефіцієнтах

3 правильні обидва варіанти

4 правильна відповідь відсутня

3 Метод, за допомогою якого предмет (явище) характеризується через співвідношення, вимірювання, зіставлення з іншими одноякісними предметами або явищами:

1 порівняння

2 абстрагування

3 деталізація

4 абсолютизація

4 Метод, суть якого полягає в тому, що, абстрагуючись від взаємовпливу факторів, послідовно розглядається вплив кожного фактора на результативний показник за незмінності інших факторів:

1 порівняння

2 балансовий

3 елімінування

4 моделювання

5 У якому статистичному методі аналізу таблиці служать накопиченню, опрацюванню і зберіганню цифрової інформації:

1 табличний

2 кореляційний

3 елімінування

4 балансовий

6 Прийом, що використовується для визначення тісноти зв'язку між факторами, що вивчаються, – це:

1 елімінування

2 порівняння

3 кореляція

4 моделювання

7 Який аналіз передусє виробничим подіям, передбачає їх наслідки, оцінює їхню ефективність:

1 поточний

2 порівняльний

3 прогнозний

4 оперативний

8 За характером впливу на результати господарської діяльності розрізняють фактори:

1 трудові та нетрудові

2 інтенсивні та екстенсивні

3 ретроспективні, перспективні

4 регіональні, макроекономічні

9 Розбір, розкладання, розчинення предметів або явищ на складові частини, властивості, ознаки – це:

1 порівняння

2 моделювання

3 аналіз

4 елімінування

10 Метод, за допомогою якого предмет (явище) характеризується через співвідношення, вимірювання, зіставлення з іншими одноякісними предметами або явищами:

1 порівняння

2 абстрагування

3 деталізація

4 абсолютизація

11 При аналізі ліквідності застосовують коефіцієнти:

1 поточної ліквідності, абсолютної ліквідності, термінової ліквідності

2 зносу основних засобів, придатності основних засобів, оновлення основних засобів, вибуття основних засобів

3 платоспроможності, фінансової залежності, фінансового ризику, маневровості власного капіталу, структури покриття довгострокових вкладень

4 рентабельності сукупного капіталу, власного капіталу, валова рентабельність продаж, операційна рентабельність продаж, чиста рентабельність продаж.

12 При аналізі рентабельності застосовують коефіцієнти:

1 поточної ліквідності, абсолютної ліквідності, термінової ліквідності

2 зносу основних засобів, придатності основних засобів, оновлення основних засобів, вибуття основних засобів

3 платоспроможності, фінансової залежності, фінансового ризику, маневровості власного капіталу, структури покриття довгострокових вкладень

4 рентабельності сукупного капіталу, власного капіталу, валова рентабельність продаж, операційна рентабельність продаж, чиста рентабельність продаж

13 При аналізі майнового стану застосовують коефіцієнти:

1 поточної ліквідності, абсолютної ліквідності, термінової ліквідності

2 зносу основних засобів, придатності основних засобів, оновлення основних засобів, вибуття основних засобів

3 платоспроможності, фінансової залежності, фінансового ризику, маневровості власного капіталу, структури покриття довгострокових вкладень

4 рентабельності сукупного капіталу, власного капіталу, валова рентабельність продаж, операційна рентабельність продаж, чиста рентабельність продаж

14 Визначте, які чинники впливають на денну продуктивність праці робітників:

- 1 обсяг виробництва продукції та загальна чисельність відпрацьованих людино-днів
- 2 зміна трудомісткості продукції
- 3 зміна тривалості робочого дня і годинної продуктивності праці
- 4 зміна виконання норм виробітку

15 На прибуток від реалізації продукції впливає:

- 1 зміна адміністративних витрат
- 2 зміна обсягу та структури реалізації
- 3 зміна ставки податку на прибуток
- 4 збільшення кредиторської заборгованості

16 Зміна структури активів підприємства в бік збільшення частки оборотного капіталу може свідчити про:

- 1 згортання виробництва
- 2 формування більш мобільної структури активів
- 3 збільшення кредиторської заборгованості
- 4 зростання залежності від зовнішніх джерел фінансування

17 Аналіз продуктивності праці передбачає:

- 1 оцінку виконання плану і динаміки продуктивності праці
- 2 вивчення впливу факторів на рівень продуктивності праці
- 3 дослідження впливу продуктивності праці на рівень інших показників
- 4 всі відповіді вірні

18 Показником, що характеризує діяльність санаторно-курортного (оздоровчого) закладу є

- 1 обсяг наданих послуг у вартісному вимірюванні
- 2 кількість фактично наданих ліжок-днів
- 3 кількість ліжок-днів на 1 оздоровленого
- 4 всі відповіді вірні

19 На зміну рівня показника «витрати на 1 грошову одиницю товарної продукції» впливають фактори:

- 1 структура персоналу, віковий склад робітників
- 2 собівартість продукції, відпускні ціни на продукцію, структура продукції
- 3 питома вага машин та устаткування у вартості основних виробничих фондів
- 4 правильна відповідь відсутня

20 Для оцінки платоспроможності і ліквідності господарюючого суб'єкта можна використовувати наступні методи:

- 1 аналіз ліквідності балансу
- 2 розрахунок і оцінку фінансових коефіцієнтів ліквідності
- 3 аналіз грошових (фінансових) потоків
- 4 всі відповіді вірні

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМТВА

1 Предмет економіки туризму є

- 1 частина економіки, пов'язана з поведінкою окремих економічних суб'єктів (виробників і споживачів) на окремих ринках
- 2 виробництво інформаційних продуктів, на які пред'являється постійний попит
- 3 економічні відносини, які виникають і розвиваються в сфері туризму в процесі виробництва, розподілу і споживання туристських продуктів і послуг, призначених для задоволення потреб споживача
- 4 правильна відповідь відсутня

2 Турпродукт має наступні види:

- 1 товари туристичного призначення
- 2 окремі туристичні послуги
- 3 комплексні туристичні послуги
- 4 всі відповіді вірні

3 Складний, багатоступінчатий процес, що вимагає комплексного, системного аналізу і здійснюється при виконанні низки умов (проведення маркетингового дослідження ринку для визначення потенційного споживчого попиту на різні види туристичного продукту; визначення видів, форм, елементів туристичного продукту) — це:

- 1 розробка туристичного продукту
- 2 просування туристичного продукту
- 3 дослідження туристичного продукту
- 4 правильна відповідь відсутня

4 Відповідно до Закону України “Про туризм” туристом вважається той, хто здійснює подорож терміном:

- 1 від 1 години до невизначеного терміну
- 2 від 1 години до 1 року
- 3 від 24 годин до 1 року
- 4 правильна відповідь відсутня

5 Суб’єктами, що здійснюють та забезпечують туристичну діяльність, є:

- 1 туристичні оператори та туристичні агенти
- 2 гіді-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу
- 3 фізичні особи, які не є суб’єктами підприємницької діяльності та надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування тощо
- 4 всі відповіді вірні

6 Основною рушійною силою розвитку туризму:

- 1 престижність бізнесу
- 2 економічні вигоди, які він надає
- 3 легкість введення бізнесу
- 4 правильна відповідь відсутня

7 До особливостей туристського ринку належать:

- 1 компліментарність
- 2 сезонність
- 3 відстань між виробниками і споживачами туристських послуг
- 4 невідчутність туристських послуг

8 До основних факторів, що впливають на туристичний попит, не відносяться:

- 1 купівельна спроможність споживачів
- 2 демографічні фактори
- 3 соціальні та культурні фактори
- 4 природні особливості території

9 Суб’єктами туристичного ринку є:

- 1 роботодавець і найманий працівник
- 2 фізичні та юридичні особи, діяльність яких спрямована на задоволення туристсько-рекреаційного попиту населення
- 3 фінансово-кредитні установи та транспортні компанії
- 4 правильна відповідь відсутня

10 Економіка туризму - це:

- 1 виробництво інформаційних продуктів, на які пред’являється постійний попит
- 2 система відносин, що виникає в сфері туризму в процесі виробництва, розподілу, обміну та споживання результатів туристської діяльності

3 сукупність факторів виробництва, фондів обігу та нематеріальних активів, доходів (прибутків)

4 правильна відповідь відсутня

11 До принципів підприємництва в туризмі не належать:

1 свобода вибору виду діяльності

2 вільне наймання працівників із чітким дотриманням їхніх прав на оплату праці та відпочинок

3 використання чистого прибутку на власний розсуд

4 компліментарність

12 Натуральними показниками виробничої програми туристичних підприємств є:

1 кількість розроблених та реалізованих турів

2 кількість наданих спальних місць

3 кількість місць для приймання їжі

4 всі відповіді вірні

13 Рівень використання основних виробничих фондів характеризують:

1 балансовий прибуток, чистий прибуток

2 фондівіддача, фондомісткість

3 продуктивність праці

4 коефіцієнт оборотності

14 Ефективність використання оборотних коштів характеризують:

1 прибуток, собівартість

2 норма витрат матеріалів на виріб

3 фондівіддача, фондомісткість

4 коефіцієнт оборотності, тривалість обороту

15 Чисельність персоналу туристичного підприємства планується на основі таких передумов:

1 штатного розпису підприємства, де наводиться перелік посад

2 вимог до посад і робочих місць, закріплених посадовими інструкціями або характеристиками робочих місць

3 документації, яка регламентує процеси діяльності з виділенням вимог до професійно-кваліфікаційного складу виконавців

4 всі відповіді вірні

16 Методами виміру продуктивності праці, які використовуються на туристичних підприємствах, є:

1 натуральний, вартісний, трудовий

2 продуктивний, непродуктивний

3 грошовий, виробничий, товарний

4 основний, допоміжний

17 Що з перерахованого може бути закладено в основу розрахунку чисельності фахівців з реалізації путівок в турфірмі?

1 нормативи чисельності

2 норми обслуговування клієнтів

3 планований обсяг виручки на 1 працівника турфірми

4 всі відповіді вірні

18 На тарифній системі в сфері туризму ґрунтується така форма оплати праці:

1 погодинна

2 безтарифна

3 посадові оклади

4 преміальне положення

19 Дохід турагента формується:

1 за рахунок комісійної винагороди за просування та продаж тур продукту

2 оплати турпродукту турагентом, дилером або безпосередньо туристом

3 доходу від реалізації матеріальних цінностей підприємства і послуг невиробничого характеру

4 правильна відповідь відсутня

20 Дохід туроператора формується:

- 1 за рахунок комісійної винагороди за просування та продаж тур продукту
- 2 оплати турпродукту турагентом, дилером або безпосередньо туристом
- 3 доходу від реалізації матеріальних цінностей підприємства і послуг невиробничого характеру
- 4 правильна відповідь відсутня

21 Чистий дохід без собівартості реалізованої туристичної продукції є:

- 1 валовим прибутком (збитком) від реалізації
- 2 чистим доходом від реалізації туристичного продукту
- 3 чистим прибутком
- 4 прибутком від звичайної діяльності

22 Механізм постійного спостереження, аналізу та підготовки даних для прогнозування можливостей розвитку підприємств на власній доходній основі - це:

- 1 стратегія доходу туристичного підприємства
- 2 загальна стратегія туристичного підприємства
- 3 моніторинг доходу в туризмі
- 4 спостереження та контроль

23 Максимальна ціна туристичних продуктів та послуг визначається:

- 1 попитом
- 2 нормою прибутку
- 3 пропозицією
- 4 витратами

24 Який з перелічених елементів відноситься до складової ціни туристського продукту?

- 1 норма амортизації
- 2 норма прибутку
- 3 норма запасу
- 4 норма оподаткування

25 Рентабельність продукції - це:

- 1 відношення чистого прибутку до повної собівартості реалізованої продукції
- 2 відношення прибутку від виробництва і реалізації продукції до поточних витрат на виробництво
- 3 відношення виручки від реалізації продукції до прибутку від реалізації продукції
- 4 відношення прибутку від виробництва і реалізації продукції до повної собівартості реалізованої продукції

УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

1 Статут турпідприємства повинен містити таку інформацію:

- 1 дані про назву та адресу підприємства;
- 2 характеристику керування підприємством та порядок утворення й використання майна підприємства;
- 3 особові дані персоналу.
- 4 усі відповіді правильні.

2 Установчий договір - це документ, що регламентує й закріплює відносини між сторонами із приводу:

- 1 участі у створенні підприємства;
- 2 участі в керуванні підприємством та користування результатами спільної діяльності;
- 3 участі в користуванні результатами спільної діяльності;
- 4 усі відповіді правильні.

5 Установчий договір - це документ, що регламентує й закріплює відносини між сторонами із приводу:

- 1 взаємних прав і обов'язків засновників;
- 2 участі у створенні й використанні майна підприємства;
- 3 немає вірної відповіді;
- 4 усі відповіді вірні.

4 Установчий договір туристського підприємства повинен містити наступні відомості:

- 1 відповідальність засновників у випадку заподіяння ними збитків;
- 2 порядок утворення і використання майна підприємства та порядок розподілу прибутків;
- 3 інформацію про організаційно-правову форму підприємства;
- 4 усі відповіді правильні.

5 Установчий договір туристського підприємства повинен містити наступні відомості:

- 1 розмір і принципи формування статутного фонду та умови виходу засновника зі складу підприємства;
- 2 розмір, склад, терміни та порядок внесення учасниками вкладів при створенні підприємства;
- 3 немає вірної відповіді;
- 4 усі відповіді правильні.

6 Туроператорська діяльність – це:

- 1 будь-яка діяльність у сфері туризму;
- 2 придбання і реалізація продукції з метою перепродажу та задоволення потреб туристів;
- 3 діяльність з формування, просування і реалізації туристського продукту, що здійснюється юридичною особою на підставі ліцензії;
- 4 всі відповіді вірні.

7 Чи може фізична особа бути туроператором?

- 1 може при наявності спеціального дозволу, виданого органом центральної влади;
- 2 може;
- 3 ні, не може;
- 4 немає вірної відповіді.

8 Яку з перелічених функцій виконує туроператор?

- 1 надання послуг розміщення;
- 2 надання послуг харчування;
- 3 формування пакета послуг.
- 4 немає вірної відповіді.

9 Що з переліченого відноситься до етапів створення туристського підприємства?

- 1 вибір назви фірми, визначення юридичної адреси та отримання документів на приміщення;
- 2 вибір організаційно-правової форми підприємства;
- 3 усі відповіді вірні;
- 4 немає вірної відповіді.

10 Чи потрібно реєструвати туристське підприємство в Державній податковій адміністрації?

- 1 так, обов'язково;
- 2 так, за бажанням власника підприємства;
- 3 ні, не потрібно;
- 4 немає вірної відповіді.

11 Чи потрібно реєструвати туристське підприємство у пенсійному фонді та фонді соціального захисту?

- 1 так, обов'язково;
- 2 так, за бажанням власника підприємства;
- 3 ні, не потрібно;
- 4 немає вірної відповіді.

12 Чи необхідно туристському підприємству мати рахунок у банку?

- 1 так, обов'язково;
- 2 так, за бажанням власника підприємства;
- 3 ні, не потрібно.
- 4 немає вірної відповіді.

13 Що таке ліцензія?

- 1 нормативний документ, розроблений на основі консенсусу, затверджений визнаним органом, направлений на досягнення оптимального ступеня впорядкування в певній області;
- 2 спеціальний дозвіл на здійснення конкретного виду діяльності при обов'язковому дотриманні ліцензійних вимог і умов;
- 3 документ, який вказує, що забезпечується необхідна упевненість в тому, що відповідним чином ідентифікована продукція, процес, послуга відповідають конкретному стандарту або іншому нормативному документу;
- 4 усі відповіді правильні.

14 Групи факторів, що впливають на розвиток туризму:

- 1 екологічні, політичні, демографічні;
- 2 соціально-економічні, зовнішньополітичні, географічні;
- 3 економічні, соціальні, політичні;
- 4 соціальні, економічні, демографічні.

15 Види підприємництва в туризмі:

- 1 туроператори і турагенти;
- 2 готельні підприємства, авакомпанії, туроператори і турагенти;
- 3 готельні підприємства, транспортні, туроператори, турагенти і ГКМ;
- 4 готельні підприємства, транспортні, підприємства-виробники туристичного спорядження, туроператори, турагенти і ГКМ.

16 Підприємство, що займається формуванням туристського продукту і просуванням його до споживачів, називається:

- 1 готельне підприємство;
- 2 туристичний агент;
- 3 туристичний оператор;
- 4 усі правильні відповіді.

17 Підприємство, що займається продажем туристських продуктів, називається:

- 1 готельне підприємство;
- 2 туристичний агент;
- 3 туристичний оператор;
- 4 усі правильні відповіді.

18 В якому розділі ЗУ «Про туризм» визначено державну політику та державне регулювання в галузі туризму?

- 1 розділ 1;

2 розділ 2;

3 розділ 3;

4 розділ 4.

19 В якому розділі ЗУ «Про туризм» визначено контроль за діяльністю в галузі туризму:

1 розділ 3;

2 розділ 4;

3 розділ 5;

4 розділ 6.

20 Основними пріоритетними напрямками державної політики в галузі туризму є:

1 розвиток в'їзного, внутрішнього, сільського, екологічного (зеленого) туризму, розширення міжнародного співробітництва, створення сприятливих для розвитку туризму умов, забезпечення доступності туризму для певних категорій населення, забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки;

2 збереження цілісності туристичних ресурсів, безпека туризму, ліцензування в галузі туризму;

3 розвиток зеленого та міжнародного туризму, підвищення якості туристичних послуг, підвищення податкових надходжень у бюджет від туристичних підприємств;

4 всі відповіді вірні.

21 Визначення в законі про Державний бюджет України обсягу фінансового забезпечення туристичної галузі відноситься до виключних повноважень:

1 КМУ;

2 ВРУ;

3 центральних органів виконавчої влади;

4 обласні і районні ради.

22 Здійснює державне управління та забезпечує реалізацію державної політики в галузі туризму приймає нормативно-правові акти, що регулюють відносини в галузі туристичної діяльності:

1 КМУ;

2 ВРУ;

3 центральні органи виконавчої влади;

4 обласні і районні ради.

23 Розробляє та затверджує програми розвитку туризму в Україні і фінансує їх виконання відповідно до бюджетного законодавства, забезпечує раціональне використання туристичних ресурсів і вжиття заходів для їх збереження, визначає порядок організації рятувальних команд і порядок вжиття рятувальних заходів:

1 КМУ;

2 ВРУ;

3 центральні органи виконавчої влади;

4 обласні і районні ради.

24 Організує облік туристичних ресурсів України, забезпечує їх раціональне використання та охорону, організує здійснення контролю за якістю наданих туристичних послуг, проводить дослідження туристичного ринку, готує і поширює інформацію про Україну і її туристичні можливості на міжнародному туристичному ринку та всередині держави:

1 КМУ;

2 ВРУ;

3 центральні органи виконавчої влади;

4 обласні і районні ради.

25 Організує та забезпечує реалізацію державної політики в галузі туризму, виконання Закону України «Про туризм» та інших нормативноправових актів:

1 КМУ;

2 ВРУ;

3 центральні органи виконавчої влади;

4 обласні і районні ради.

26 Здійснюють виконавчі та організаційно-розпорядчі функції щодо організації і розвитку курортно-рекреаційної сфери і туризму, вживають заходів щодо виконання регіональних програм розвитку, туризму розробляють і впроваджують заходи для захисту місцевих туристичних ресурсів:

1 КМУ;

2 ВРУ;

3 центральні органи виконавчої влади;

4 обласні і районні ради.

27 Видають дозволи на право здійснення туристичного супроводу здійснюють соціальну рекламу туристичних ресурсів, утворюють відповідні інформаційні центри; надають суб'єктам туристичної діяльності методичну і консультативну допомогу щодо організації їх діяльності:

1 КМУ;

2 ВРУ;

3 центральні органи виконавчої влади;

4 обласні і районні ради.

28 Програми розвитку туризму затверджуються з метою:

1 поповнення держпаного бюджету за рахунок надходжень від організацій сфери туризму;

2 реалізації довгострокових пріоритетів країни в галузі туризму;

3 залучення іноземних інвестицій;

4 розвитку туризму.

29 Туристичну послугу характеризують такі риси:

1 комплексність, мобільність, нероздільність процесу обслуговування, ритмічність;

2 автоматичність;

3 автономність, ергономічність, страхування;

4 обов'язковість, комунікативність.

30 Розрізняють такі типи національних туристичних ринків:

1 комерційні, банківські;

2 високо інтенсивні, стабілізовані, реформовані, акумулюючі;

3 природні, історичні, комплексні;

4 географічні, історичні, економічні, фінансові.

31 Основною метою туристичних відвідувань України є:

1 лікування;

2 спорт;

3 відпочинок;

4 культурно-пізнавальна мета.

32 Головною організацією, що регулює сферу туризму в світі, є:

- 1 ООН;
- 2 ЮНКТАД;
- 3 ІКАО;
- 4 ВТО.

33 Туристські послуги і товари в міжнародному туризмі реалізуються відповідно до умов національного ринку за схемами:

- 1 за цінами, що діють на внутрішньому ринку країни постійного проживання і відбивають національні умови ціноутворення на послуги та товари туристичного призначення;
- 2 за цінами світового ринку, що відбивають суспільні витрати праці цього виду діяльності на міжнародному рівні;
- 3 за роздрібними цінами країни тимчасового перебування;
- 4 всі відповіді вірні.

34 Туристські формальності поділяються на такі групи:

- 1 ліцензування, сертифікація, стандарти обслуговування;
- 2 ліцензування, валютний контроль, митні правила, паспортні, візові;
- 3 медичні, митні, валютний контроль, паспортні, візові.
- 4 усі відповіді правильні.

35 Коли святкується міжнародний день туризму?

- 1 27 червня;
- 2 27 серпня;
- 3 27 вересня;
- 4 28 листопада.

36 Яка основна мета функціонування турпідприємства?

- 1 задоволення потреб споживачів в туристських послугах;
- 2 надання послуг розміщення;
- 3 надання послуг харчування.
- 4 усі відповіді правильні.

37 Статут турпідприємства повинен містити таку інформацію:

- 1 дані про назву та адресу підприємства;
- 2 характеристику керування підприємством та порядок утворення й використання майна підприємства;
- 3 медичні дані працівників;
- 4 усі відповіді правильні.

38 Що таке ліцензія?

- 1 нормативний документ, розроблений на основі консенсусу, затверджений визнаним органом, направлений на досягнення оптимального ступеня впорядкування в певній області;
- 2 спеціальний дозвіл на здійснення конкретного виду діяльності при обов'язковому дотриманні ліцензійних вимог і умов;
- 3 документ, який вказує, що забезпечується необхідна упевненість в тому, що відповідним чином ідентифікована продукція, процес, послуга відповідають конкретному стандарту або іншому нормативному документу;
- 4 усі відповіді правильні.

39 Ліцензійні вимоги і умови – це:

1 сукупність встановлених нормативними актами вимог і умов, виконання яких ліцензіатом обов'язково при здійсненні ліцензованого виду діяльності;

2 спеціальний дозвіл на здійснення конкретного виду діяльності при обов'язковому дотриманні ліцензійних вимог і умов;

3 документ, який вказує, що забезпечується необхідна впевненість в тому, що відповідним чином ідентифікована продукція, процес, послуга відповідають конкретному стандарту або іншому нормативному документу.

4 усі відповіді правильні.

40 Чи підлягає ліцензуванню в Україні туроператорська діяльність?

1 не підлягає;

2 підлягає тільки для державних підприємств – туроператорів;

3 ліцензування є обов'язковим для усіх підприємств – туроператорів.

4 усі відповіді правильні.

41 Чи підлягає ліцензуванню в Україні турагентська діяльність?

1 не підлягає;

2 підлягає тільки для державних підприємств – турагентів;

3 ліцензування є обов'язковим для усіх підприємств – турагентів.

4 усі відповіді правильні.

42 Який орган державної влади здійснює ліцензування туристської діяльності в Україні?

1 УкрСЕПРО;

2 Міністерство туризму і спорту України;

3 Державна служба туризму і курортів;

4 усі відповіді правильні.

43 Який повинен бути стаж роботи керівника підприємства-туроператора при отриманні ліцензії?

1 не менше 5 років;

2 не менше 2 років;

3 не менше 3 років;

4 не менше 7 років.

44 Для яких туристських підприємств у керівника повинна бути вища освіта в області туризму?

1 туроператор;

2 турагент;

3 не має значення;

4 не має вірної відповіді.

45 Чи може фізична особа одержати ліцензію на туроператорську діяльність?

1 так, може при наявності спеціального дозволу, виданого органом центральної влади;

2 так, може при наявності дозволу податкової служби;

3 так може;

4 ні, не може.

46 Яка величина гарантії відповідальності для туроператора з міжнародного туризму?

1 200 євро;

2 2000 євро;

3 20000 євро;

4 1500 євро.

47 Яка величина гарантії відповідальності для туроператора з в'їзного та внутрішнього туризму?

- 1 2000 євро;
- 2 10000 євро;
- 3 20000 євро;
- 4 12000 євро.

48 Яка величина гарантії відповідальності для турагента?

- 1 200 євро;
- 2 2000 євро;
- 3 20000 євро;
- 4 25000 євро.

49 Що необхідно зробити для продовження дії ліцензії при закінченні терміну її дії?

- 1 переоформити ліцензію;
- 2 оформити дублікат ліцензії;
- 3 оформити ліцензію заново;
- 4 немає вірної відповіді.

50 Який документ необхідно оформити при відкритті філії турпідприємства?

- 1 нову ліцензію;
- 2 копію ліцензії;
- 3 дублікат ліцензії;
- 4 всі відповіді вірні.

51 Який документ видається при втраті ліцензії?

- 1 копія ліцензії;
- 2 нова ліцензія;
- 3 дублікат ліцензії.
- 4 всі відповіді вірні.

52 Що може бути підставою для відмови у видачі ліцензії:

- 1 наявність в документах, представлених здобувачем ліцензії, недостовірної або спотвореної інформації;
- 2 невідповідність здобувача ліцензії, що належать йому або що використовуються їм об'єктів ліцензійним вимогам і умовам або відсутність у здобувача ліцензії мінімального розміру фінансового забезпечення;
- 3 порушення санітарних норм;
- 4 усі перераховані відповіді вірні.

53 В яких випадках відбувається анулювання ліцензії?

- 1 у разі припинення діяльності фізичної або юридичної особи, що займається туристською діяльністю;
- 2 у разі неодноразового порушення ліцензіатом ліцензійних вимог і умов або у разі грубого порушення ліцензіатом ліцензійних вимог і умов;
- 3 у всіх перерахованих випадках;
- 4 не має вірної відповіді.

54 Як називається процедура підтвердження відповідності продукції, процесів, послуг встановленим вимогам?

- 1 стандартизація;
- 2 специфікація;

3 сертифікація;

4 не має вірної відповіді.

55 Що підтверджує сертифікат відповідності?

1 продукція, процес, послуга відповідають конкретному стандарту;

2 продукція, процес, послуга відповідають конкретному закону;

3 продукція, процес, послуга відповідають конкретному наказу;

4 всі відповіді вірні.

56 Чи сприяє стандартизація наданню громадянам права на безпеку та комфортність праці та відпочинку?

1 так, завжди сприяє;

2 так, сприяє в залежності від виду продукції, процесів, послуг;

3 ні, не сприяє;

4 всі відповіді вірні.

57 Скільки послуг згідно із законом «Про туризм» може входити до турпродукту?

1 не менше 2-х;

2 не менше 3-х;

3 не менш 4-х;

4 не менш 5-ти.

58 Що відноситься до характерних туристських товарів та послуг?

1 це товари та послуги, виробництво і реалізація яких значно залежить від попиту туристів на них;

2 це товари й послуги, виробництво і реалізація яких не залежить від попиту туристів на них;

3 це товари й послуги, виробництво і реалізація яких умовно залежить від попиту туристів на них;

4 всі відповіді вірні.

59 Як впливає підвищення якості туристських послуг на конкурентоспроможність турфірми?

1 збільшує;

2 завжди зменшує;

3 не впливає;

4 не має вірної відповіді.

60 Чи може фізична особа бути турагентом?

1 не може;

2 може;

3 може при узгодженні з існуючими тур агентами.

4 правильна відповідь 2); 3).

61 Туристські послуги і товари в міжнародному туризмі реалізуються відповідно до умов національного ринку за схемами:

1 за цінами, що діють на внутрішньому ринку країни постійного проживання і відбивають національні умови ціноутворення на послуги та товари туристичного призначення;

2 за цінами світового ринку, що відбивають суспільні витрати праці цього виду діяльності на міжнародному рівні;

3 за роздрібними цінами країни тимчасового перебування;

4 всі відповіді вірні.

62 Статут турпідприємства повинен містити таку інформацію:

1 дані про назву та адресу підприємства;

2 характеристики керування підприємством та порядок утворення й використання майна підприємства;

3 медичні дані працівників;

4 усі відповіді правильні.

63 Яка величина гарантії відповідальності для туроператора з в'їзного та внутрішнього туризму?

1 2000 євро;

2 10000 євро;

3 20000 євро;

4 12000 євро.

64 Як називається процедура підтвердження відповідності продукції, процесів, послуг встановленим вимогам?

1 стандартизація;

2 специфікація;

3 сертифікація;

4 не має вірної відповіді.

65 Який повинен бути стаж роботи керівника підприємства-туроператора при отриманні ліцензії?

1 не менше 5 років;

2 не менше 2 років;

3 не менше 3 років;

4 не менше 7 років.

66 Ліцензійні вимоги і умови – це:

1 сукупність встановлених нормативними актами вимог і умов, виконання яких ліцензіатом обов'язково при здійсненні ліцензованого виду діяльності;

2 спеціальний дозвіл на здійснення конкретного виду діяльності при обов'язковому дотриманні ліцензійних вимог і умов;

3 документ, який вказує, що забезпечується необхідна впевненість в тому, що відповідним чином ідентифікована продукція, процес, послуга відповідають конкретному стандарту або іншому нормативному документу.

4 усі відповіді правильні.

67 Туристичну послугу характеризують такі риси:

1 комплексність, мобільність, нероздільність процесу обслуговування, ритмічність;

2 автоматичність;

3 автономність, ергономічність, страхування

4 обов'язковість, комунікативність

68 Основними пріоритетними напрямками державної політики в галузі туризму є:

1 розвиток в'їзного, внутрішнього, сільського, екологічного (зеленого) туризму, розширення міжнародного співробітництва, створення сприятливих для розвитку туризму умов, забезпечення доступності туризму для певних категорій населення, забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки;

2 збереження цілісності туристичних ресурсів, безпека туризму, ліцензування в галузі туризму;

3 розвиток зеленого та міжнародного туризму, підвищення якості туристичних послуг, підвищення податкових надходжень у бюджет від туристичних підприємств;

4 всі відповіді вірні.

69 Що таке ліцензія?

1 нормативний документ, розроблений на основі консенсусу, затверджений визнаним органом, направлений на досягнення оптимального ступеня впорядкування в певній області;

2 спеціальний дозвіл на здійснення конкретного виду діяльності при обов'язковому дотриманні ліцензійних вимог і умов;

3 документ, який вказує, що забезпечується необхідна упевненість в тому, що відповідним чином ідентифікована продукція, процес, послуга відповідають конкретному стандарту або іншому нормативному документу;

4 усі відповіді правильні.

70 Чи може фізична особа бути туроператором?

1 може при наявності спеціального дозволу, виданого органом центральної влади;

2 може;

3 ні, не може;

4 немає вірної відповіді.

71 Види підприємництва в туризмі:

1 туроператори і турагенти;

2 готельні підприємства, авакомпанії, туроператори і турагенти;

3 готельні підприємства, транспортні, туроператори, турагенти і ГКМ;

4 готельні підприємства, транспортні, підприємства-виробники туристичного спорядження, туроператори, турагенти і ГКМ.

72 Головною організацією, що регулює сферу туризму в світі, є:

1 ООН;

2 ЮНКТАД;

3 ІКАО;

4 ВТО.

73 Чи підлягає ліцензуванню в Україні турагентська діяльність?

1 не підлягає;

2 підлягає тільки для державних підприємств – турагентів;

3 ліцензування є обов'язковим для усіх підприємств – турагентів.

4 усі відповіді правильні.

74 Чи може фізична особа бути турагентом?

1 не може;

2 може;

3 може при узгодженні з існуючими тур агентами.

4 правильна відповідь 2); 3).

75 Установчий договір - це документ, що регламентує й закріплює відносини між сторонами із приводу:

1 взаємних прав і обов'язків засновників;

2 участі у створенні й використанні майна підприємства;

3 немає вірної відповіді;

4 усі відповіді вірні.

БЛОК №3. РОЗРАХУНКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАВДАННЯ

Задача 1.

За результатами роботи в 3-му кварталі поточного року готель від здачі номерів туристам отримав прибуток в сумі 10860 грн.

Згідно з чинним законодавством до держбюджету підприємство перерахувало 22% від прибутку. Відповідно до внутрішнього положення про оплату праці працівників затверджені головою правління, що місячний прибуток розподіляється:

- 6% в фонд розвитку виробництва;
- 4% до фонду соціального розвитку;
- 68% до фонду оплати праці;

Необхідно визначити розміри грошових сум в вищезазвані фонди економічного стимулювання.

Задача 2.

Визначити обсяг реалізованої продукції у ресторані виходячи з таких даних:

Показники	Річний випуск, шт	Оптовая ціна за од., грн.	Вартість місячного обсягу виробництва, тис.грн.
1. Товар А	1000	9	-
2. Товар Б	250	7.5	-
3. Товар В	750	8.3	-
4. Залишки готової продукції			
- До початку місяця	-	-	2,3
- На кінець місяця	-	-	2,0

Задача 3.

Туристичне підприємство за період обслуговувало реалізувало путівки 230 туристам строком на 5 днів по середній ціні 300 грн за туродень, а також 150 туристів на термін 7 днів по середній ціні 250 грн за туродень. Розрахувати виручку від реалізації послуг за аналізуємий період.

Задача 4.

Визначити показники, які характеризують якісний стан основних фондів готелю, якщо їх вартість на початок року склала 4520 тис. грн. Протягом року було введено ОФ на суму 320 тис. грн., вибуло – 107 тис. грн. Сума зносу на кінець року склала 1050 тис. грн.

Задача 5.

Визначити пропускну спроможність підприємства за рік. Фактично за період біло обслуговано 300 тис. осіб. Кав'ярня працює 360 днів на рік. Режим роботи з 9⁰⁰ до 23⁰⁰. Простої за організаційно-технічними причинами – 30 хвилин. Кількість місць у залі – 40, середня тривалість обслуговування одного клієнта 45 хвилин.

Задача 6.

В на кухні ресторану приготовлено 200 страв А і 400 страв Б. Складіть кошторис витрат на виробництво і калькуляцію собівартості кожного виду страв. Вихідні дані у тис. грн., наведені в таблиці:

Показники	На страви		
	Всього	А	Б
1. Заробітна плата робітників	200	120	80
2. Основні матеріали	140	80	60
3. Зарплата адміністративно-управлінського персоналу	80	-	-
4. Заробітна плата допоміжних робітників	80	-	-
5. Амортизація будівлі	60	-	-
6. Електрична енергія на технологічні цілі	100	40	60
7. Електрична енергія на освітлення цеху	40	-	-
8. Амортизація обладнання	160	-	-
9. Інші витрати	200	-	-

Задача 7.

Визначити одночасну, загальну та фактичну місткість готелю, якщо відомо:

Номер	Кількість номерів	Кількість днів в експлуатації	Коефіцієнт навантаження
Одномісний вищий	6	360	0,5
Двомісний вищий	6	360	0,4
Одномісний I класу	10	350	0,7
Двомісний I класу	10	350	0,6
Одномісний II класу	20	360	0,5
Двомісний II класу	20	360	0,3

Задача 8.

Підприємство обслуговує 520 споживачів щодня. В торговельному залі 40 місць. Планова оборотність торговельного залу складає 13 чоловік на місто. Розрахувати коефіцієнт оборотності місяця.

Задача 9.

За даними таблиці розрахувати обсяг діяльності туристичної організації у точці беззбитковості та цільового прибутку в вартісному вираженні.

Цільовий прибуток	62
Постійні витрати	192

			паузу, щоб резюмувати його висловлювання для перевірки своїх висновків.
2	М'якість, сором'язливість	В	Не піддавайтесь спокусі говорити довго, якщо клієнт надає вам таку можливість. Отримуйте «зворотній зв'язок» про те, що пропонуєте. Слухайте активно, підтримуючи його. Використовуйте прийом «Ехо» повторюючи останні слова клієнта. Уточняєте його висловлювання. Більше задавайте відкритих запитань для втягнення в діалог, висловлювання думки і отримання розширеної інформації.
3	Балакучість	С	Не відповідайте тим самим і в той час не губіться, не поступайтесь, а тримайтесь спокійно і головне впевнено. Більше наполегливості зі сторони клієнта – більше спокою і коректності з вашої, щоб не дозволити йому добитись того, ради чого він робить це – вивести вас з себе. Вислухайте його, не перебиваючи і не проявляючи негативних емоцій. Визнайте ці почуття, показуючи що ви його розумієте, уточніть причини незадоволення і далі вирішуйте проблему, пропонуючи варіанти.
4	Нерішучість	Д	Обговорюючи з клієнтом конкретні варіанти пропозиції, звужуйте їх круг, зводячи їх кількість до двох. Якщо вони не влаштовують, перехойте до наступних двох і т.п. Підбадьорюйте його і підтримуйте його бажання прийти до певної думки. Всього в нього впевненість своєю переконаністю в перевагах пропозиції. Наберіться терпіння і уточняйте його сумніви, представляючи додаткові докази і деталі переваг. Фіксуйте, письмово і на очах клієнта, досягнуті згоди по окремих питаннях, показуючи що вона не підлягає подальшому обговоренні.
5	Демонстрація компетентності	Е	Проявіть максимум теплоти, відкритості, підтримки і довіри. Уникайте різкості в тоні голоса і своїх рухів. Частіше посміхайтесь. Перераховуйте різноманітні варіанти пропозиції і прямо питаєте, які з них бажані для клієнта.
6	Панібратство	Ф	Такий клієнт знає всі тонкощі ваших пропозицій і послуг, вважаючи це своїм перевагою. Не змагайтесь з ним, не сперечайтесь, а проявляйте скромність. Задавайте питання і побільше слухайте. Робіть йому

			компліменти, частіше використовуйте різноманітні варіанти визнання його авторитету. Відштовхуйтесь від його слів і критичних зауважень, виговорюючи власні доводи. Переводьте його енергію і пафос с приниження ваших знань на обговорення достоїнств прпозиції. Заставте його боротись не з вами, а з вашими пропозиціями. При цьому переймайте, його дійсно корисні знання і досвід, збагачуючи свій досвід, проте залишайтеся об'єктивними. Не здавайте своїх позицій і виконуйте свої функції-пропонуйте то, що в вас є.
7	Мовчазливість	G	З клієнтом, який веде себе з вами дуже дружньо, бажаючи тим досягнути від вас поступки в чомусь, ведіть себе вільно в спілкуванні, і в цей же час підкреслено спокійно і принципово в підході до ділових питань.

Задача 15.

Українська турфірма організує закордонні групові тури на 8 днів, 15 турів (у складі кожної групи 7 школярів).

Вартість послуг тура включає:

- Авіапереліт - 200 дол.
- Проживання в готелі – 400 дол.
- У т.ч. сніданок - 40 дол.
- Страховий поліс - 10 дол.
- Віза - 30 дол.
- Харчування (обід, вечеря) - 140 дол.
- Екскурсійне обслуговування - 50 дол.
- Комісійна винагорода контрагента - 50 дол.
- Передбачено знижку школярам за проживання в готелі - 50 %.
- Маржа української турфірми - 5%.
- Плановий прибуток - 10 % від ціни «нетто».
- Ставка ПДВ - 20 %.

Визначити вартість кожного тура, в т.ч. і на одного школяра, розмір виручки, маржинальний дохід, витрати й прибуток турфірми.

Задача 16

Туроператор формує власний недільний чартерний рейс.

вартість чартеру – 21000 дол;

вмістимість повітряного судна – 155 чол;

100 місць жорстким блоком (з обов'язковою їх оплатою) за середньою ціною 7 дол. за добу;

55 місць м'яким блоком за середньою ціною 11 дол з людини за добу.

Розрахуйте точку нульової рентабельності авіарейсу, якщо пропозиція конкурентів на ідентичний тур оцінюється в 260 дол.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ПІДСУМКОВОЇ АТЕСТАЦІЇ

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ

Основна

1. Економічна теорія: Політекономія: підручник / за ред. В. Д. Базилевича. – К.: Знання, 2006.
2. Економічна теорія: навч. посібник / за ред. А. М. Андрущенко. – К.: ЦУЛ, 2009.
3. Основи економічної теорії + CD / за ред. В. А. Предборського. – К.: Кондор, 2009.

Додаткова література

4. Башнянин Т. І., Лазур П. Ю., Медведєв В. С. Політична економія: підручник. – К.: Ніка-Центр, 2010.
5. Беляєв О. О. Політична економія: навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2001.
6. Гетьман О. О. Економіка підприємства: навч. посібник – К.: ЦУЛ, 2010
7. Основи економічної теорії: підручник / за ред. А. А. Чухна. – К.: Вища школа, 2001.
8. Ковальчук Г. О. Економіка: підручник для 10 кл. – К.: Навч. книга, 2003.
9. Політична економія: навч. посібник / за ред. В. О. Рибалкіна, В. Г. Боброва. – К.: Академвидав, 2004.
10. Політична економія: підручник / за ред. Ю. В. Ніколенко. – К.: ЦУЛ, 2009.

Інформаційні ресурси

1. Верховна Рада України. URL: [http:// www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua)
2. Державний комітет статистики України. URL: <http:// www.ukrstat.gov.ua>
3. Інтернет-портал для управлінців. URL: <http:// www.management.com.ua>
4. Кабінет міністрів України. URL: <http:// www.kmu.gov.ua>
5. Аналітичні та статистичні матеріали офіційного сайту Європейського Союзу. URL: <http://europa.eu>.
6. Офіційний сайт статистичної служби Європейського союзу. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat>.
7. Державна служба статистики України: веб-сайт. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>
8. World Tourism Organization. URL : <https://www.unwto.org/>
9. Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ). State Agency for Tourism Development of Ukraine (SATD) <https://www.tourism.gov.ua/>
10. Нормативно-правові акти туристичної галузі. URL: <https://cutt.ly/O9BLIp1>

ГЕОГРАФІЯ ТУРИЗМУ ТА ТУРИСТИЧНЕ КРАЇНОЗНАВСТВО

Основна

1. Аріон О. В. Географія туризму: навч.-метод. посіб. – К. : ВГЛ «Обрії», 2009. – 172 с.
2. Блій де. Г. Географія: світи, регіони, концепти; пер. з англ. передмова та розділ «Україна» О. Шаблія. – К. : Либідь, 2014. – 740 с.
3. Голубко В. Історичне краєзнавство: навч. посіб. / В. Голубко, С. Качарба, А. Середняк. – Ч. І. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2005. – 130 с.
4. Домбровська С. М. Краєзнавство, країнознавство та географія туризму: опорний конспект лекцій [для всіх форм навчання спец. 242 «Туризм»] / С. М. Домбровська. – Х.: НУЦЗУ, 2019. – 319 с.
5. Жванко Л. М. Краєзнавство: конспект лекцій (для студ. усіх курсів ден. і заоч. форм навчання напрямів підготовки: 6.030504 «Економіка підприємства», 6.030509 «Облік і аудит»,

6.030601 «Менеджмент») / авт.: Л. М. Жванко; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х. : ХНАМГ, 2015. – 163 с.

Додаткова література

6. Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму : навч. посіб. / М. П. Кляп, Ф. Ф. Шандор. – Київ : Знання, 2016. – 334 с. (Серія «Вища освіта ХХІ століття»).
7. Лажнік В. Й. Країнознавство : навч.-метод. комплекс дисципліни / В. Й. Лажнік, І. П. Мандрик. – Луцьк : Східноєвропейський нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2017. – 95 с.
8. Лизогуб В. А. Країнознавство : курс лекцій / В. А. Лизогуб. – Х. : Право, 2017. – 368 с.
9. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О. О. Любіцева. – К. : Альтерпрес, 2002. – 436 с.
10. Мальська М. П. Туристичне країнознавство. Європа : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / М. П. Мальська, М. З. Гамкало, О. Ю. Бордун. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 224 с.
11. Масляк П. О. Рекреаційна географія : навч. посіб. / П. О. Масляк. – К. : Знання, 2008. – 343 с.
12. Мандрик І. П. Особливості розвитку нових видів зв'язку в країнах Західної Європи / І. П. Мандрик, Д. М. Ольховик // Наук. вісн. Волин. нац. унту ім. Лесі Українки. Серія : Географічні науки. – 2012. – № 18 (243). – С. 131–138.
13. Мандрик І. П. Особливості розвитку туризму в Португалії / І. П. Мандрик, І. В. Степасюк // Наук. вісн. Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки. Сер. : Географічні науки. – 2012. – № 9 (234). – С. 153–159.
14. Мандрик І. П. Особливості функціонування транспортної системи Росії в перехідний період економіки / І. П. Мандрик // Наук. вісн. Волин. держ. ун-ту ім. Лесі Українки. – 2006. – № 3. – С. 249–255.

Інформаційні ресурси

1. Верховна Рада України. URL: <http://www.rada.gov.ua>
2. Державний комітет статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Інтернет-портал для управлінців. URL: <http://www.management.com.ua>
4. Кабінет міністрів України. URL: <http://www.kmu.gov.ua>
5. Аналітичні та статистичні матеріали офіційного сайту Європейського Союзу. URL: <http://europa.eu>.
6. Офіційний сайт статистичної служби Європейського союзу. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat>.
7. Державна служба статистики України: веб-сайт. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>
8. World Tourism Organization. URL : <https://www.unwto.org/>
9. Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ). State Agency for Tourism Development of Ukraine (SATD) <https://www.tourism.gov.ua/>
10. Нормативно-правові акти туристичної галузі. URL: <https://cutt.ly/O9BLIp1>

ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИЗМУ

Основна

1. Аріон О. В. Організація транспортного обслуговування туристів : навчальний посібник / О. В. Аріон. – К. : Альтерпрес, 2008. – 192 с.

2. Бабарицька В. К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту : навч. посіб. / В. К. Бабарицька, О. Ю. Малиновська. – К. : Альтерпрес, 2004. – 288 с.
3. Балашова Р. І. Організація діяльності туристичного підприємства : навч. посіб. / Р. І. Балашова. – К. : ЦУЛ, 2012. – 182 с.
4. Галасюк С. С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності : навчальний посібник / С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 178 с.
5. Герасименко В. Г. Організація транспортних подорожей і перевезень туристів : навч. посіб. / В. Г. Герасименко, А. В. Замкова. – Х. : Бурун Книга, 2011. – 112 с.
6. Козловський Є. В. Правове регулювання туристичної діяльності : навч. посіб. / Є. В. Козловський. – К. : Центр учбової літератури, 2015. – 272 с.
7. Мальська М. П. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика : навч. посіб. / М. П. Мальська, О. Ю. Бордун. – К. : Центр навч. л-ри, 2012. – 248 с.

Допоміжна література

8. Господарський кодекс України // Відомості Верховної Ради України [редакція від 16.10.2020, підстава - 124-IX]. – URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>
9. Кудла Н. Є. Менеджмент туристичного підприємства : підручник / Н. Є. Кудла. – К. : Знання, 2012. – 343 с.
10. Мальська М. П., Бордун О. Ю., Жук І. З. Управління персоналом у туризмі. Теорія та практика : навч. посіб. / М. П. Мальська, О. Ю. Бордун, І. З. Жук. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 234 с.
11. Мальська М. П., Гаталяк О. М., Ганич Н. М. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика) : підруч. / М. П. Мальська, О. М. Гаталяк, Н. М. Ганич. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 304 с.
12. Мальська М. П., Жук І. З. Управління маркетинговою діяльністю у сфері туризму: теорія, методологія, практика : монографія – Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка. – 2016. – 224 с.
13. Мальська М. П., Жук І. З. Управління маркетингом у сфері туризму : підручник / М. П. Мальська, І. З. Жук. – К. : Центр учбової літератури, 2016. – 328 с.
14. Мальська М. П., Кізіма В. Л., Жук І. З. Організаційно-економічний механізм управління сфери готельного господарства в Україні : монографія – Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка. – 2016. – 217 с.
15. Мальська М. П., Кізіма В. Л., Жук І. З. Управління сферою готельного господарства: теорія та практика : підручник – К. : Центр учбової літератури, 2017. – 336 с.
16. Pease W. R. Information and Communication Technologies in Support of the Tourism Industry / W. R. Pease, M. Rowe, M. Cooper. – Hershey – London – Melbourne – Singapore : Idea Group Publishing, 2017. – 376 p.

Інформаційні ресурси

1. Верховна Рада України. URL: <http://www.rada.gov.ua>
2. Державний комітет статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Інтернет-портал для управлінців. URL: <http://www.management.com.ua>
4. Кабінет міністрів України. URL: <http://www.kmu.gov.ua>
5. Аналітичні та статистичні матеріали офіційного сайту Європейського Союзу. URL: <http://europa.eu>.
6. Офіційний сайт статистичної служби Європейського союзу. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat>.
7. Державна служба статистики України: веб-сайт. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>

8. World Tourism Organization. URL : <https://www.unwto.org/>
9. Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ). State Agency for Tourism Development of Ukraine (SATD) <https://www.tourism.gov.ua/>
10. Нормативно-правові акти туристичної галузі. URL: <https://cutt.ly/O9BLIp1>

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИЗМУ

Основна

1. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: Навч. посіб. – К.: Центр навчальної літератури, 2014. – 232 с.
2. Мальська М.П., Худо В.В. Менеджмент туризму. Вступ до спеціальності: Навч. посіб. – Л.: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2012. – 354 с.
3. Луцишин Н.П., Луцишин П.В. Економіка й організація міжнародного туризму: Навч. посіб. – 2013. – 352 с

Додаткова література

4. Гуменюк В.В. Чинники сезонності в управлінні фінансовим забезпеченням туристичних підприємств / В.В. Гуменюк // Фінанси України. – 2008. – № 8. – С. 74–81.
5. Ковешніков В., Ліфіренко О., Стукальська Н. Інноваційні види туризму. Інвестиції: практика та досвід. 2016. № 4. С. 38-44.
6. Козубова Н. Туристичні послуги як об'єкт ринкових відносин в Україні. Інноваційна економіка. № 2. С. 137-143.
7. Котлер, П., Боуен, Дж., Макенс, Дж. Маркетинг туризму / П. Котлер, Дж. Бауен, Дж. Макенс. - Англія. 6-е видання. - 2017. - 688 с.

Інформаційні ресурси

1. Верховна Рада України. URL: <http://www.rada.gov.ua>
2. Державний комітет статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Інтернет-портал для управлінців. URL: <http://www.management.com.ua>
4. Кабінет міністрів України. URL: <http://www.kmu.gov.ua>
5. Аналітичні та статистичні матеріали офіційного сайту Європейського Союзу. URL: <http://europa.eu>.
6. Офіційний сайт статистичної служби Європейського союзу. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat>.
7. Державна служба статистики України: веб-сайт. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>
8. World Tourism Organization. URL : <https://www.unwto.org/>
9. Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ). State Agency for Tourism Development of Ukraine (SATD) <https://www.tourism.gov.ua/>
10. Нормативно-правові акти туристичної галузі. URL: <https://cutt.ly/O9BLIp1>

ЕКОНОМІКА ТУРИЗМУ

Основна

1. Сагалакова Н. О. Туризм: бізнес-процеси, ціни і ціноутворення : монографія / Н. О. Сагалакова. – Київ : КНТЕУ, 2016. – 416 с.
2. Ткаченко Т.І., Мельниченко С.В. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу: монографія. Київ : КНТЕУ, 2017. – 596 с.
3. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: Навч. посіб. – К.: Центр навчальної літератури, 2014. – 232 с.
4. Мальська М.П., Худо В.В. Менеджмент туризму. Вступ до спеціальності: Навч. посіб. – Л.: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2012. – 354 с.
5. Луцишин Н.П., Луцишин П.В. Економіка й організація міжнародного туризму: Навч. посіб. – 2013. – 352 с

Додаткова література

6. Підприємницька діяльність та економіка підприємства : навч. посібник / С. Б. Довбня, Т. Б. Ігнашкіна, А. Б. Педько та ін. – Дніпро : Ліра, 2016. – 438 с.
7. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія / за наук. ред. Волошина І. М. – Луцьк : РВВ Луцького НТУ, 2015. – 328 с.
8. Писаревський І. М. Планування та організація туристських маршрутів : підручник / І. М. Писаревський, М. В. Тонкошкур. – Харків : ХНАМГ, 2011. – 304 с.

Інформаційні ресурси

1. Верховна Рада України. URL: [http:// www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua)
2. Державний комітет статистики України. URL: <http:// www.ukrstat.gov.ua>
3. Інтернет-портал для управлінців. URL: <http:// www.management.com.ua>
4. Кабінет міністрів України. URL: <http:// www.kmu.gov.ua>
5. Аналітичні та статистичні матеріали офіційного сайту Європейського Союзу. URL: <http://europa.eu>.
6. Офіційний сайт статистичної служби Європейського союзу. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat>.
7. Державна служба статистики України: веб-сайт. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>
8. World Tourism Organization. URL : <https://www.unwto.org/>
9. Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ). State Agency for Tourism Development of Ukraine (SATD) <https://www.tourism.gov.ua/>
10. Нормативно-правові акти туристичної галузі. URL: <https://cutt.ly/O9BLIp1>

УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

Основна

1. Туроперейтинг: підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. В.Я.Брича. Тернопіль: Екон. думка ТНЕУ, 2017. 440 с. <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/29697/1/Брич.pdf> с. 53-93, 105-166, 219-244, 301-338, 339-350
2. Туроперейтинг: підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. В.Я.Брича. Тернопіль: Екон. думка ТНЕУ, 2017. 440 с.
3. Брич В.Я. Організація туризму: підручник. Тернопіль:ТНЕУ, 2017.448 с.
4. Кравець О.М., Байлик С.І. Організація анімаційних послуг в туризмі: навчальний посібник. Харків: ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2017. 335 с.
5. Михайличенко Г.І. Туроперейтинг: підручник. Київ: КНТЕУ, 2018. 304
6. Поколюдна М.М. Організація екскурсійної діяльності : підручник. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. – 180 с.

Додаткова література

7. Деякі питання діяльності Державного агентства розвитку туризму : Постанова Кабінету Міністрів України від 24.12.2019 № 1162 (зі змінами від 23.01.2021, № 33). Законодавство України: веб-сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1162-2019-%D0%BF#Text>.
8. Інтернет-ресурс Всеукраїнської громадської організації «Туристична асоціація України». URL: <http://www.tau.org.ua>.
9. Інтернет-ресурс Всеукраїнської Федерації роботодавців в сфері туризму. URL: <http://www.fru.org.ua>.
10. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: www.ukrstat.gov.ua .
11. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. URL: <http://www.me.gov.ua>
12. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/249826501>.
13. Департамент туризму та курортів – URL :

<https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=3e42d3b8-108a-4c21-a413-8d80aa724e5c&title=ViddilRozvitkuTurizmu>

14. Туристические организации (GTA). – URL: <http://www.globaltradealert.org/about>
15. Каталог сайтів - турфірми, готелі, санаторії. – URL: <Http://infotravel.com.ua>
16. World Tourism Organization UNWTO: – URL: <http://www2.unwto.org/>
17. World Travel & Tourism Council: – URL: <http://www.wttc.org/eng/Home/>

Інформаційні ресурси

1. Верховна Рада України. URL: <http://www.rada.gov.ua>
2. Державний комітет статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> –
3. Інтернет-портал для управлінців. URL: <http://www.management.com.ua>
4. Кабінет міністрів України. URL: <http://www.kmu.gov.ua>
5. Офіційний веб-сайт Української асоціації маркетингу. ДЖБ: <http://uam.in.ua>
6. Definition of Marketing URL: <http://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>

ЛІТЕРАТУРА

1. Освітня програма підготовки бакалавра зі спеціальності 242 «Туризм» в Маріупольському державному університеті.
2. Положення про організацію освітнього процесу у Маріупольському державному університеті(нова редакція). Затверджено протоколом засідання Вченої ради МДУ від 23.12.2020 № 7, введено в дію наказом МДУ 28.12.2020 №326.
3. Положення про порядок створення та організацію роботи Екзаменаційної Комісії у Маріупольському державному університеті. Затверджено протоколом Вченої ради МДУ від 25.03.2015 № 6 (у редакції, затвердженій протоколом Вченої ради МДУ від 23.06.2021 №12) введено в дію наказом МДУ 24.06.2021 № 211.
4. Стандарт вищої освіти. Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти. Ступінь «бакалавр». Галузь знань: 24 «Сфера обслуговування», спеціальність: 242 «Туризм».

Зразок бланка для оцінювання результатів підсумкової атестації за спеціальністю
«Туризм»

МАРИУПОЛЬСКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

БЛАНК ОЦІНЮВАННЯ ВІДПОВІДІ

Студента/ки _____

(прізвище, ім'я, по-батькові)

Факультет _____ курс _____ група _____

ІНСТРУКЦІЯ

Підпишіть бланк відповідей, а також кожен з виданих аркушів - і для відповідей, і для чернетки.

На виконання всіх завдань Вам дається _____ академічні години (... хвилин без перерви).

⌚ Будь ласка, контролюйте час!

Увага: виправлення номерів відповідей припустиме тільки у чернетці!

Умови задачі не переписуйте!

БАЖАЄМО УСПІХУ!

1-й етап. Ознайомтесь з тестовими завданнями.

Дайте відповідь на тестові запитання (поряд з номером запитання зазначте номер правильної відповіді - вона тільки одна!)

№ **варіанта** _

№ запитання	Відповідь	№ запитання	Відповідь	№ запитання	Відповідь	№ запитання	Відповідь
1		6		11		16	
2		7		12		17	
3		8		13		18	
4		9		14		19	
5		10		15		20	

(дата і підпис студент) _____

Бали у рамкахх виставляють тільки перевіряючі!

Оцінка теоретичних питань		Оцінка з тестів		Оцінка задачі		ПІДСУМКОВА ОЦІНКА	
---------------------------------	--	--------------------	--	------------------	--	----------------------	--

Роботу перевірили:

Голова комісії _____
(підпис) (Прізвище та ініціали)

Член комісії _____
(підпис) (Прізвище та ініціали)

Член комісії _____
(підпис) (Прізвище та ініціали)

Член комісії _____
(підпис) (Прізвище та ініціали)