

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	Екземпляр № 1	Арк 37 / 1

## ЗАТВЕРДЖЕНО

Науково-методичною радою  
Державного університету  
«Житомирська політехніка»  
протокол від 16 грудня 2022 р.  
№ 13

# ПРОГРАМА

## атестаційного екзамену за фахом для здобувачів вищої освіти

для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «бакалавр»  
спеціальності 242 «Туризм»  
освітньо-професійна програма «Туризм»

факультет бізнесу та сфери обслуговування  
(назва факультету)

кафедра туризму та готельно-ресторанної справи  
(назва кафедри)

Рекомендовано на засіданні  
кафедри туризму та готельно-  
ресторанної справи  
(назва кафедри)

14 грудня 2022 р., протокол №8

Розробники: д.е.н., професор Галина ТАРАСЮК,  
д.е.н., доцент Альона КЛИМЧУК, к.і.н., доцент Марина КРУГЛЯК,  
асист. Діна ЯРМОЛЮК

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	Екземпляр № 1	Арк 37 / 2

Програма атестаційного екзамену для студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 242 «Туризм», ОПП «Туризм» обговорено та схвалено на засіданні кафедри туризму та готельно-ресторанної справи «14» грудня 2022 р., протокол №8 та на засіданні Вченої ради факультету бізнесу та сфери обслуговування «15» грудня 2022 р., протокол №11.

Рекомендовано Вченою радою факультету бізнесу та сфери обслуговування Державного університету Житомирська політехніка, протокол №3 від «20» жовтня 2022 р.

**Розробники:** д.е.н., професор Галина ТАРАСЮК  
д.е.н., доцент Альона КЛИМЧУК  
к.і.н., доцент Марина КРУГЛЯК  
асист. Діна ЯРМОЛЮК

**Рецензенти:** ВИГОВСЬКА Наталія Георгіївна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів та цифрової економіки  
ОСТАПЧУК Тетяна Петрівна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій

Програма атестаційного екзамену за фахом для здобувачів вищої освіти, освітнього ступеня «бакалавр», спеціальності 242 «Туризм», освітньо-професійна програма «Туризм». Програма містять перелік навчальних дисциплін та загальні рекомендації щодо підготовки до атестаційного екзамену.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідас ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	Екземпляр № 1	Арк 37 / 3

## ЗМІСТ

1. Вступ.....	4
2. Перелік змісту навчальних дисциплін, що виносяться на атестаційний екзамен за фахом.....	8
Навчальна дисципліна «Географія туризму».....	8
Навчальна дисципліна «Туристичне країнознавство».....	15
Навчальна дисципліна «Рекреалогія».....	18
Навчальна дисципліна «Організація туризму».....	19
Навчальна дисципліна «Маркетинг».....	30
Навчальна дисципліна «Організація екскурсійної діяльності».....	37
3. Методичні рекомендації щодо підготовки та проведення атестаційного екзамену за фахом.....	40
4. Критерії оцінки атестаційного екзамену.....	40
5. Рекомендована література.....	40

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідас ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	Екземпляр № 1	Арк 37 / 4

## ВСТУП

Програму атестаційного екзамену розроблено відповідно до освітньо-професійної програми галузі знань 24 «Сфера обслуговування» спеціальності 242 «Туризм» освітнього ступеня «бакалавр».

Атестаційний екзамен для здобувачів рівня вищої освіти «бакалавр» включає перевірку знань, що формують компетентності, зазначені у Стандарті вищої освіти зі спеціальності 242 «Туризм». Екзамен проводиться на завершальному етапі навчання бакалаврів, містить комплекс кваліфікаційних завдань, які дозволяють визначити рівень підготовки здобувачів вищої освіти, ступінь оволодіння ними професійними знаннями та уміннями для виконання виробничих функцій, зазначених в освітньо-професійній програмі.

Мета атестаційного екзамену – виявлення рівня засвоєння теоретичних знань та практичних навичок здобувачів вищої освіти.

Атестаційний екзамен складається з тестових завдань, що формують основні компетенції бакалавра зі спеціальності 242 «Туризм».

На екзамен виносяться наступні дисципліни:

1. Географія туризму.
2. Туристичне країнознавство.
3. Рекреалогія.
4. Організація туризму.
5. Маркетинг.
6. Організація туристичної діяльності.

Форма екзамену – письмова (онлайн чи офлайн).

Для проведення атестаційного екзамену за фахом організується екзаменаційна комісія у складі голови та екзаменаторів (членів) комісії. Комісія створюється щорічно наказом ректора і діє протягом календарного року.

### **Компетентності, які може отримати здобувач вищої освіти**

У результаті екзамену здобувач вищої освіти може отримати наступні програмні компетентності та програмні результати навчання, які визначені у Стандарті вищої освіти підготовки бакалаврів за спеціальністю 242 «Туризм».

### **Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми, що виносяться на атестаційний екзамен**

Програмні компетентності	ОК 19	ОК 20	ОК 24	ОК 25	ОК 26	ОК 31
ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види	+	+	+			+

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідас ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	Екземпляр № 1	Арк 37 / 5

та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя						
ЗК3. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо		+	+	+		
ЗК4. Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу					+	
ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел	+			+	+	+
ЗК7. Здатність працювати в міжнародному контексті				+	+	
ЗК8. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій					+	
ЗК9. Вміння виявляти, ставити і вирішувати проблеми					+	
ЗК12. Навички міжособистісної взаємодії				+		
ЗК13. Здатність планувати та управляти часом				+		+
ЗК14. Здатність працювати в команді та автономно				+		
ФК1. Знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності	+	+	+	+		+
ФК2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях				+	+	
ФК3. Здатність аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал територій	+		+	+	+	+
ФК4. Здатність аналізувати діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління				+		
ФК5. Розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів		+	+			
ФК6. Розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного)			+	+	+	+
ФК7. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту				+	+	+
ФК8. Розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем			+	+		+
ФК9. Здатність забезпечувати безпеку туристів у звичайних та складних форс-мажорних обставинах				+		+
ФК10. Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал	+	+		+		+
ФК11. Здатність використовувати в роботі туристичних підприємств інформаційні технології та офісну техніку				+	+	

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідас ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	Екземпляр № 1	Арк 37 / 6

ФК12. Здатність визначати індивідуальні туристичні потреби, використовувати сучасні технології обслуговування туристів та вести претензійну роботу		+		+		+
ФК14. Здатність працювати у міжнародному середовищі на основі позитивного ставлення до несхожості до інших культур, поваги до різноманітності та мультикультурності, розуміння місцевих і професійних традицій інших країн, розпізнавання міжкультурних проблем у професійній практиці	+	+				
ФК15. Здатність діяти у правовому полі, керуватися нормами законодавства				+		
ФК16. Здатність працювати з документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом туристичного бізнесу				+		

**Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми, що виносяться на атестаційний екзамен**

Програмні результати	ОК 19	ОК 20	ОК 24	ОК 25	ОК 26	ОК 31
РН1. Називати та відтворювати основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів.				+		+
РН2. Визначати зміст базових понять з туризмознавства та організації туристичного обслуговування, а також світоглядних та суміжних наук.			+	+		
РН3. Називати основні форми і види туризму, здійснювати їх класифікацію.	+	+		+		+
РН4. Пояснювати особливості організації рекреаційно-туристичного простору.	+	+	+	+	+	
РН5. Виявляти і пояснювати принципи і методи організації та технології обслуговування туристів.				+		+
РН6. Ідентифікувати та аналізувати туристичну документацію.	+			+		
РН7. Розуміння принципів і процесів щодо організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінської, соціально-психологічної, економічної).			+	+		+
РН8. Проявляти повагу до індивідуального і культурного різноманіття.	+	+				
РН13. Аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал території.		+				
РН14. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт.					+	

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	Екземпляр № 1	Арк 37 / 7

РН15. Організувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.				+	+	+
РН25. Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах.				+		

Для прийому атестаційного екзамену створюється Екзаменаційна комісія (ЕК).

Комісія очолюється Головою, як правило, це може бути навчально-педагогічний працівник іншої кафедри університету, або ж запрошуються провідні вчені в цій галузі з інших навчальних закладів, або ж стейкхолдери. До складу комісії входять заступник голови (як правило, завідувач кафедри), викладачі кафедри тощо.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	<i>Екземпляр № 1</i>	

## **2. Перелік змісту навчальних дисциплін, що виносяться на атестаційний екзамен за фахом**

### **1. Навчальна дисципліна «Географія туризму»**

#### **1.1. Географія туризму як наукова дисципліна**

Об'єкт, предмет та завдання географії туризму, зв'язок з іншими науками. Місце географії туризму в системі географічних наук. Структура географії туризму.

Географія туризму як наука про людину та її поведінку у процесі відпочинку, територіальні туристичні системи, закономірності і механізми їх становлення, функціонування і розвитку в конкретних геопросторово-часових координатах.

Функції науки «Географія туризму» (теоретична, конструктивна, освітня, виховна, світоглядна, прогностична).

Основні наукові напрями і термінологічний апарат дисципліни.

Загальнонаукові терміни і поняття, які використовуються в географії туризму. Поняття і терміни інших наук, які застосовуються в географії туризму.

Зміст основних термінів і понять дисципліни: “географія”, “туризм”, “географія туризму”, “туристичні ресурси”, “туристична дестинація”, “туристична спеціалізація дестинації”, “територіальна туристично-рекреаційна система”, “таксономічні одиниці територіальної організації туристичної сфери”, “туристичний потік” тощо.

Зміст поняття “територіальна туристично-рекреаційна система”. Підходи до виокремлення, формування і розвитку територіальних туристичних систем. Структура територіальної туристичної системи. Ієрархічність територіальних туристичних систем. Поняття про елементи територіальних туристичних систем. Туристичні центри. Туристичні організації і об'єднання.

Класифікація туризму. Види класифікацій та особливості територіальної організації туризму. Міжнародний туризм. Внутрішній туризм. Організований і неорганізований туризм. Індивідуальний і груповий туризм. Комерційний і соціальний туризм. Масовий і елітарний туризм. Рекреаційний туризм. Подорожі з метою розваги і відпочинку. Активний туризм. Культурно-пізнавальний туризм. Подієвий туризм. Діловий туризм. Релігійний туризм. Міський туризм. Сільський туризм. Екологічний туризм.

Нормативне тлумачення основних дефініцій науки згідно із документами ЮНВТО та законодавством України.

Проблеми удосконалення понятійно-термінологічного апарату географії туризму на сучасному етапі.

Сучасні ринкові запити та особливості прикладного застосування



Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	<i>Екземпляр № 1</i>	

географічних знань у практиці туристичного бізнесу.

Перспективні напрями досліджень у географії туризму: географія туристичних ресурсів, географія туropolерейтингу, туристичне країнознавство, географія туристичного попиту, туристична регіоналістика, територіальне проектування туристично-рекреаційних систем, географія світового ринку турпродуктів, туристична геоглобалістика тощо.

Локальний, національний, макрорегіональний і глобальний рівні туристично-географічних досліджень.

Пошуки нової парадигми географії туризму як сучасна проблема цієї галузі знань.

## **1.2. Методологія та методика географічних досліджень в туризмі**

Загальнонаукове розуміння поняття методу як конкретного наукового способу пізнання. Методика як сукупність спеціально підібраних методів з метою практичного чи теоретичного пізнання дійсності. Методологія як чітко структурований і загальноприйнятий ієрархічний набір методів наукового пізнання дійсності.

Різновекторність туристично-географічних досліджень і система методів сучасної науки.

Загальні принципи наукового мислення. Індукція — умовивід від фактів до певної гіпотези. Дедукція — висновок за правилами логіки; ланцюжок умовиводів, ланки якого зв'язані логічною послідовністю. Аналіз — розчленування об'єкта, явища на елементи. Синтез — поєднання, з'єднання різних елементів об'єкта, явища в єдине ціле. Аналогія — відповідність, подібність об'єктів, явищ у певних властивостях; умовивід про менш відомий об'єкт, явище, дослідження за більш відомим, якщо вони належать до однорідної групи. Експеримент — дослідне відтворення об'єкта пізнання, перевірка гіпотез. Спостереження — цілеспрямоване вивчення, сприйняття, зумовлене поставленим завданням; систематичне збирання даних за об'єктом, явищем. Порівняння — співвідношення між двома об'єктами, явищами, яке дозволяє виявити загальне й особливе.

Літературний метод як відбір і аналіз літературних джерел, які певною мірою стосуються об'єкта, явища вивчення.

Описовий метод як один із найдавніших при вивченні географічних явищ і процесів. Описова статистика. Статистичні методи у географії туризму.

Основні дослідницькі методи географічної науки: польові, аналітичні, математичні, картографічні і геоінформаційні.

Поняття про просторовий аналіз. Методи комплексної оцінки території.

Універсальність картографічного методу дослідження туристично-географічних данностей. Картографічне моделювання територіальних туристсько-рекреаційних систем. Карта як результат досягнутого рівня знань

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	Екземпляр № 1	Арк 37 / 10

про територію, об'єкти і явища, які до неї належать; карта як інструмент пізнання.

Залучення до дослідницького арсеналу дисципліни теоретико-методичних напрацювань інших наук: економіки, статистики, економетрії, менеджменту, маркетингу, соціології, культурології, етнології, психології тощо.

Зміст та етапи рекреаційно-туристичного районування. Туристичний район як основна одиниця рекреаційно-туристичного районування. Районоутворюючі фактори. Схеми рекреаційно-туристичного районування світу. Характеристика підходів до туристичного районування України. Сучасне туристичне районування України. Роль історико-, етно-, культуро-, політико-, соціально- й економіко-географічних чинників у сучасній геопросторовій організації туризму.

Основні методичні принципи конструктивної географії туризму: багатоваріантність, багатокритеріальність, врахування раніше прийнятих рішень, реалістичність, довгостроковість та ін.

Туристичний потенціал території та загальна характеристика його складових. Сучасні наукові концепції та моделі в географії туризму. Методологічні підходи до комплексної оцінки туристичного потенціалу території.

Методика складання туристичного маршруту. Путівники. Туристські карти і схеми. Огляд масових турів. Географія і психологія. Вивчення мотивації до певних видів подорожей. складання маршруту на основі аналізу країнознавчого матеріалу і знання географії туристського попиту.

Трансформація методів географії туризму (описових, кількісних, картографічних, статистичних та ін.) під впливом науково-технічного прогресу. Комп'ютерна техніка і географія туризму.

### **1.3. Географія туристичних потоків, доходів та витрат**

Співвідношення понять «туристський попит» і «споживчий вибір». Система факторів, що визначають туристський попит. Вплив демографічної середовища, рівня урбанізації, соціально-професійної структури, ієрархії потреб. Різноманіття, комплексність і еластичність туристського попиту. Криві попиту для різних типів туризму. крива залежності попиту від дальності подорожі. Концентрація туристського попиту в часі і просторі.

Географія туристського попиту. Масові потоки туристів: види і цілі. Сезонність. Сучасні тенденції туристського попиту.

Країни - лідери в'їзного туризму. Складові привабливості країни для туристів.

Суть і зміст глобалізації у світі. Індустрія туризму як глобальне явище сьогодення й потужний високоприбутковий сектор світової економіки. Структурування ринку виробника турпродукту. Геопросторова структура

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	Екземпляр № 1	Арк 37 / 11

світового туристичного ринку. Основні тенденції та показники розвитку туризму у світі в цілому і в розрізі регіонів.

В'їзний та внутрішній туристичні потоки. Часова динаміка, структурний (за видами/цілями туризму) та геопросторовий розподіл туристичного потоку.

Географічні закономірності розподілу основних туристичних потоків світу. Спеціалізація окремих регіонів і країн світу на обслуговуванні ринково сегментованих туристичних потоків. Зрушення в геопросторовій організації туристичних потоків світу упродовж ХХ ст.

Європейсько-американська поляризація світового ринку туристичних послуг. Динамічне розширення ринку туристичних послуг у країнах Азії та Африки.

Внутрішньоєвропейська реорганізація туристичних потоків: поглиблення спеціалізації, депресивні тенденції, нові лідери на ринку турпослуг.

Прогнози ЮНВТО щодо майбутніх сценаріїв глобальної індустрії туризму.

#### **1.4. Класифікація та географічна оцінка туристичних ресурсів**

Підходи до визначення туристичних та туристично-рекреаційних ресурсів.

Підходи до класифікації туристичних ресурсів. Аналіз наявних класифікацій туристичних ресурсів.

Унікальність, багатство й різноманітність туристичних ресурсів.

Світова спадщина ЮНЕСКО як важлива складова рекреаційно-туристичних ресурсів світу. Розподіл об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО за країнами світу. Об'єкти Світової спадщини ЮНЕСКО в Україні.

Оцінка туристичних ресурсів. Методи оцінки туристичних ресурсів. Види й особливості використання туристичних ресурсів. Проблеми освоєння та користування туристичними ресурсами

#### **1.5. Природні туристичні ресурси**

Природні туристичні ресурси: суть поняття та структура. Принципи і методи комплексної оцінки природних туристичних ресурсів.

Геологічні та орографічні ресурси – підґрунтя для розвитку наукового і пізнавального туризму. Географічна оцінка рельєфу як туристичного ресурсу. Туристична привабливість гір, височин, низовин. Спелеологічні ресурси.

Кліматичні ресурси. Комфортність клімату. Кліматичні курорти.

Водні ресурси як основа загальнооздоровчого відпочинку, водолікування, водного туризму, спорту. Характеристика океанів, морів, озер, ставів, річок, водосховищ, водоспадів, джерел як туристичних ресурсів. Характеристика та види пляжів. Гідрологічні й гідрографічні водні об'єкти та їх туристична привабливість. Аквапарки.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	<i>Екземпляр № 1</i>	

Бальнеологічні ресурси – основа формування ефективного профілактично-лікувального комплексу. Бальнеологічні та бальнеогрязьові ресурси.

Біотичні рекреаційні ресурси. Природні ландшафти та їх туристична привабливість. Фауністичні та флористичні ресурси (унікальні реліктові та ендемічні види рослин, вікові та екзотичні дерева) як передумова розвитку пізнавального, екологічного, екскурсійного, активного туризму. Поняття про природні рекреаційно-географічні зони планети.

Природні туристські ресурси природно-заповідного фонду. Туристична привабливість природно-антропогенних біотичних ресурсів: парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва, дендропарки, ботанічні сади, зоологічні парки, акваріуми та океанарії. Мисливські угіддя.

Інтегральна оцінка природних туристичних ресурсів.

Рациональне використання туристичних природних ресурсів. Концепція сталого розвитку сучасного туризму. Вплив масового туризму на довкілля та природі ресурси.

### **1.6. Культурно-історичні ресурси туризму**

Культурна спадщина як ресурси туризму.

Географічна оцінка археологічних туристичних ресурсів. Туристична привабливість археологічних пам'яток.

Пам'ятки історії та культури. Туристична привабливість музеїв та музеїв-заповідників. Садиби, фортифікаційні споруди, замкові та монастирські споруди. Монументальне мистецтво. Історичні міста.

Етнічні та етнографічні ресурси. Пам'ятки етнографії, що відображають етнічні та культурно-побутові особливості населення. Етнічна культура. Традиційні промисли та ремесла. Подієві ресурси. Сучасні види культурно-історичних ресурсів.

### **1.7. Географія рекреаційних видів туризму**

Географічна характеристика купально-пляжного туризму. Інфраструктура купально-пляжного туризму.

Географічна характеристика лікувально-оздоровчого туризму. Типологія курортів.

Географічна характеристика розважального туризму.

Географічна характеристика круїзного туризму. Види круїзів. Круїзні судна.

### **1.8. Географія активних видів туризму**

Географічна характеристика гірськолижного туризму. Історія, види та інфраструктура гірськолижного туризму. Географія центрів та регіонів розвитку гірськолижного туризму.

Географічна характеристика дайв-туризму. Види дайвінгу. Інфраструктура дайвінгу. Географія центрів та регіонів розвитку дайв-

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	<i>Екземпляр № 1</i>	

туризму.

Географічна характеристика гольф-туризму. Географія центрів та регіонів розвитку гольф-туризму.

Географічна характеристика екстремального та пригодницького туризму. Водні, наземні, гірські, повітряні та екзотичні види екстремального туризму. Види пригодницького туризму. Географія центрів та регіонів розвитку екстремального та пригодницького туризму.

### **1.9. Географія культурно-пізнавального та подієвого туризму**

Географічна характеристика культурно-пізнавального (екскурсійного) туризму. Географія найбільш атрактивних маршрутів та регіонів розвитку культурно-пізнавального туризму.

Географічна характеристика подієвого туризму. Класифікація та види подієвого туризму. Географія центрів та регіонів розвитку подієвого туризму. Перспективи та потенціал розвитку подієвого туризму.

### **1.10. Географія ділового туризму**

Видова структура ділового туризму. Класичні ділові поїздки та МІСЕ-туризм. Характеристика інсентив-туризму. Географічна характеристика конгресно-виставкового туризму. Географія центрів розвитку ділового туризму.

### **1.11. Географія релігійного туризму та паломництва**

Підходи до визначення релігійного туризму. Види, функції та особливості паломництва. Релігійні та культові центри. Релігійні організації. Географія центрів та регіонів паломництва у різних релігіях.

### **1.12. Географія міського, сільського туризму**

Географічна характеристика міського туризму. Міста як туристичні центри. Туризм в мегаполісах та його географічна оцінка в умовах глобалізації. Західноєвропейський тип міста, азіатський (східний) тип міста, африканський тип міста, північноамериканський та австралійський типи міст, латиноамериканський тип міста.

Основні підходи до визначення сільського туризму. Моделі організації сільського туризму у різних країнах світу. Географія регіонів розвитку сільського туризму.

### **1.13. Географія екологічного туризму**

Підходи до визначення та ознаки екологічного туризму. Види екологічного туризму. Інфраструктура екологічного туризму. Географія центрів та регіонів розвитку екологічного туризму.

### **1.14. Методологічні основи туристичного регіоно- і країнознавства. Структура та методика туристичного вивчення країни**

Районування як метод дослідження в туризмі. Поняття туристичний район, рекреаційний район. Підходи до туристичного та рекреаційного районування території. Рекреаційне районування та його види. Рекреаційне

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	<i>Екземпляр № 1</i>	

зонування. Види зон і їх функції.

Туристичне регіонаознавство. Регіоналізація туристичного ринку у документах ЮНВТО. Туристські макрорегіони світу. Формування туристських регіонів і їх цикл розвитку. Структурні елементи туристських регіонів. Закономірності (економічні, соціокультурні, етнічні та ін.) формування основних споживчих ринків туризму на планеті.

Типологія країн світу. Столиці країн світу.

Система країнознавчої інформації. Джерела інформації. Методика пошуку інформації.

Типова програма комплексної туристсько-країнознавчої характеристики.

Концепція факторів розвитку і розміщення елементів сфери туризму. Традиційна класифікація факторів: географічне, економіко- і соціально-географічне положення; туристично-ресурсний потенціал; історичні фактори; демографічні фактори; економічні фактори; соціальні фактори; екологічні фактори. Фактор людських потреб. Людські цінності як фактор. Фактор наукового прогресу. Часовий фактор та його роль у розміщенні та формуванні територіальних туристичних систем.

Методика вивчення природних умов для розвитку туризму. Методика вивчення історичних та політичних умов для розвитку туризму. Методика проведення аналізу економіки й інфраструктури країни. Методика дослідження народонаселення. Вивчення ролі культури в туризмі. Мистецтво як компонент культури. Методика туристського дослідження окремих видів мистецтва. Традиції та народна творчість як компонент культури. Масова культура та її дослідження. Характеристика туристичної інфраструктури країни. Транспортна система. Авіаційний транспорт. Автотранспорт. Залізничний транспорт. Водний транспорт. Морський транспорт. Річковий транспорт. Мережа туроператорів та турагентів. Індустрія гостинності. Система громадського харчування. Сфера обслуговування. Галузь міжнародної туристичної спеціалізації країни.

### **1.15. Європейський туристичний макрорегіон**

Рекреаційно-туристичні ресурси Європейського туристичного макрорегіону.

Географічний поділ Європейського континенту. Географічний огляд основних турпродуктів, що представлені на європейському ринку. Загальна характеристика розвитку рекреації та туризму в країнах макрорегіону.

Найважливіші туристичні центри.

Швеція, Фінляндія, Данія, Болгарія, Польща, Чехія, Німеччина, Великобританія, Франція, Австрія, Швейцарія, Греція, Італія, Іспанія, Кіпр, Хорватія.

### **1.16. Близькосхідний туристичний макрорегіон**

Рекреаційно-туристичні ресурси Близькосхідного туристичного

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	<i>Екземпляр № 1</i>	

макрорегіону. Географічний поділ макрорегіону. Географічний огляд основних турпродуктів, що представлені на ринках країн макрорегіону. Загальна характеристика розвитку рекреації та туризму в країнах макрорегіону. Найважливіші туристичні центри.

Ізраїль, ОАЕ, Туреччина.

### **1.17. Азійсько-Тихоокеанський туристичний макрорегіон**

Рекреаційно-туристичні ресурси Азійсько-Тихоокеанського туристичного макрорегіону. Географічний поділ макрорегіону. Географічний огляд основних турпродуктів, що представлені на ринках країн макрорегіону. Загальна характеристика розвитку рекреації та туризму в країнах макрорегіону. Найважливіші туристичні центри.

Китай, Індія, Японія, Австралія, Гавайські острови, Філіппіни, Індонезія. Єгипет.

### **1.18. Африканський туристичний макрорегіон**

Рекреаційно-туристичні ресурси Африканського туристичного макрорегіону. Географічний поділ макрорегіону. Географічний огляд основних турпродуктів, що представлені на ринках країн макрорегіону. Загальна характеристика розвитку рекреації та туризму в країнах макрорегіону. Найважливіші туристичні центри.

Марокко, Туніс, Південно-Африканська Республіка.

### **1.19. Американський туристичний макрорегіон**

Рекреаційно-туристичні ресурси Американського туристичного макрорегіону. Географічний поділ макрорегіону. Географічний огляд основних турпродуктів, що представлені на ринках країн макрорегіону. Загальна характеристика розвитку рекреації та туризму в країнах макрорегіону. Найважливіші туристичні центри.

США, Мексика, Бразилія, острови Карибського моря.

## **2. Навчальна дисципліна «Туристичне країнознавство»**

### **2.1. Туристичне країнознавство як наука**

Об'єкт, предмет, методи і завдання курсу «Туристичне країнознавство». Теоретичні проблеми країнознавчих досліджень. Сутність і засади класифікації та типології країн світу. Особливості типології в країнознавстві. Закономірності й принципи туристичного країнознавства. Функції країнознавства.

### **2.2. Політична карта світ**

Держава і країна. Форми правління та адміністративно-територіального устрою. Етапи формування політичної карти світу. Типи країн. Міжнародні організації. Геополітика та геостратегія.

### **2.3. Просторово-територіальна організація держав світу**

Географічне положення держави. Територія держави. Кордони держави

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	<i>Екземпляр № 1</i>	

та їхні функції. Внутрішній поділ країн.

#### **2.4. Регіональний поділ світу**

Загальні засади районування світу. Регіони світу. Країни Європи. Країни Євразії. Країни Азії. Країни Африки. Країни Америки. Країни Австралії та Океанії.

#### **2.5. Країни Західної Європи**

Історія розвитку країн Західної Європи. Етнонаціональний склад населення. “Гарячі точки” регіону (Ольстер, Країна басків). Геополітичне становище країн ЄС у світі. Етапи становлення Європейського Союзу. Значення для України розширення ЄС у травні 2004 р.

Загальна характеристика економіки країн Західної Європи. Особливості західноєвропейської економічної моделі (роль державного сектору економіки, регулятивна політика, пріоритет соціальних та етичних цінностей), її відмінність від американської та японської моделей.

Політичний устрій західноєвропейських країн. Конституційні монархії в регіоні, їх особливості. Парламентські та змішані республіки. Особливості європейського федералізму. Автономії в Іспанії та Італії. Роль демократичних цінностей в розвитку країн регіону.

Правові системи країн Західної Європи, їх класифікація. Становлення романо-германської правової сім’ї (рецепція римського права, кодифікація, роль доктрини, галузей права тощо). Романська (Франція, Італія, Іспанія, Греція) та німецька (ФРН, Австрія, Швейцарія) групи. Генезис сім’ї загального (англосаксонського) права та його особливості в Англії та Ірландії. Особливості скандинавської (північної) правової сім’ї. Специфіка змішаних правових систем Мальти та Шотландії.

Малі країни: Бельгія, Нідерланди, Люксембург, Мальта, Ватикан, Андорра, Монако, Ліхтенштейн. Скандинавія: Данія, Швеція, Норвегія, Ісландія, Фінляндія.

#### **2.6. Країни Центральної та Східної Європи**

Особливості Східної та Центральної Європи як регіону та його субрегіони (Східна Європа, Центральна Європа, країни Прибалтики, країни экс-СРСР, Південна Європа та Балкани). Етапи історії розвитку країн регіону, геополітична специфіка їх сучасного становища у світі після розширення ЄС у 2004 р.

Національний склад країн Східної та Центральної Європи.

Загальна характеристика економіки країн Східної та Центральної Європи. Економічна криза країн регіону після розпаду СРСР та відмови від адміністративної моделі економіки. Специфіка перехідної моделі економіки у країнах Східної та Центральної Європи. Класифікація країн регіону за рівнем економічного розвитку.

Політичний устрій країн Східної та Центральної Європи. Специфіка



Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	<i>Екземпляр № 1</i>	

республіканської форми правління та унітарних держав у регіоні. Особливості федерації в Боснії і Герцеговині. Демонтаж тоталітарної системи наприкінці 80-х – на початку 90-х років. Групи країн регіону за рівнем демократизації суспільства (члени ЄС, претенденти).

Загальні особливості правових систем країн Східної та Центральної Європи. Романська (Румунія, Північна Македонія), німецька (Чехія, Угорщина), скандинавська (Прибалтика) підгрупи континентальної правової сім'ї. Специфіка правової культури країн євразійської правової системи.

### **2.7. Країни Співдружності Незалежних Держав**

Співдружність Незалежних Держав як міждержавне об'єднання. Країнознавча характеристика Молдови. Країнознавча характеристика держав Південного Кавказу (Азербайджану, Вірменії, Грузії). Країнознавча характеристика держав Центральної Азії.

### **2.8. Країни Азії**

Китайська Народна Республіка. Японія й Корея. Країни Індокитаю. (В'єтнам, Камбоджа, Лаос). Острівні країни Південно-Східної Азії (Республіка Індонезія, Республіка Філіппіни, Малайзія, Республіка Сінгапур, султанат Бруней-Даруссалам, Демократична Республіка Східний Тимор). Країни Південної Азії (Республіка Індія, Ісламська Республіка Пакистан, Народна Республіка Бангладеш, Демократична Федеративна Республіка Непал, Демократична Соціалістична Республіка Шрі-Ланка, Королівство Бутан, Республіка Мальдіви, Ісламська Республіка Афганістан).

Іран і Туреччина. Країни Машрику (Ірак, Йорданія, Сирія, Ліван, Саудівська Аравія, Кувейт, Катар, Бахрейн, ОАЕ, Оман, Ємен, Єгипет, Судан) й Ізраїль.

### **2.9. Країни Африки**

Сучасне становище країн Африки у світі. Великий Магриб. Тропічна й Південна Африка. Національний та релігійний склад населення. Основні етапи історії регіону. Геополітичне положення Африки як найвідсталішого регіону. Загальна характеристика економіки країн Африки. Масштаби бідності держав регіону, її причини (неписемність, дитяча смертність, голод). Економічний розвиток ПАР.

### **2.10. Північна Америка**

Історія, населення та сучасне становище США і Канади у світі. Основні етапи історії розвитку США і Канади. Етнонаціональний та релігійний склад населення США і Канади. Фактори геополітичного домінування США як наддержави.

Загальна характеристика економіки США. Особливості канадської економіки.

Політичний устрій США та його особливості (президентська модель країни, жорсткий розподіл влад, федералізм, двопартійність). Особливості

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	<i>Екземпляр № 1</i>	

політичної системи Канади як держави в межах Співдружності націй.

### **2.11. Країни Латинської Америки**

Латинська Америка як країнознавчий регіон. Мексика й країни Центральної Америки. Країни Карибського басейну. Ла-Платські країни: Бразилія, Аргентина, Парагвай, Уругвай. Андські країни: Венесуела, Колумбія, Еквадор, Перу, Болівія, Чилі.

### **2.12. Австралія та країни Океанії**

Сучасне становище Австралії та країн Океанії у світі. Суверенні держави та колонії в регіоні. Основні етапи історії країн Океанії. Особливості національного та релігійного складу населення. Етнографічні області регіону.

Австралія та Нова Зеландія як високорозвинені держави регіону, їх місце у світовій економіці. Держави Океанії як країни, що розвиваються, їх економічні особливості (аграрне спрямування, експорт природних ресурсів, офшори).

Політичний устрій Австралії та країн Океанії. Домінування монархій в рамках Співдружності (Австралія, Нова Зеландія, Соломонові острови, Тувалу, Папуа-Нова Гвінея). Королівство Тонга. Особливості республік. Особливості федерацій в Австралії та Мікронезії.

## **3. Навчальна дисципліна «Рекреалогія»**

### **3.1. Сутність та мета дисципліни «Рекреалогія»**

Сутність рекреалогії як міждисциплінарної наукової дисципліни. Об'єкт, предмет, суб'єкт рекреалогії. Основні категорії рекреалогії: дозвілля, відпочинок, вільний час, рекреація, рекреаційні умови, рекреаційний потенціал, рекреаційна територія, рекреаційна ємність, рекреаційний об'єкт, рекреаційне навантаження. Загальні функції рекреаційної діяльності: медико-біологічна; соціокультурна; економічна, політична.

### **3.2. Основні концепції рекреалогії**

Типологія концепцій рекреалогії. Гуманоцентровані концепції: медико-біологічна, соціально-культурна, діяльнісна, антропоекологічна. Економоцентровані концепції: політекономічна, техноекономічна. Натуроцентрована концепція.

### **3.3. Територіальна рекреаційна система як об'єкт рекреалогії**

Територіальний характер рекреаційних систем. Рекреаційні території та їх класифікація. Рекреаційна система. Типи рекреаційних систем. Територіальна рекреаційна система та галузі, що її формують. Компоненти рекреаційної системи. Рекреаційне заняття. Цикли рекреаційних занять. Загальні підходи до моделювання циклів рекреаційних занять. Моделювання рекреаційної діяльності.

### **3.4. Кліматичні та водні ресурси**

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	Екземпляр № 1	Арк 37 / 19

Кліматоутворюючі рекреаційні ресурси: клімат, погодні умови. Типи та класи погоди. Медико-кліматична характеристика основних природних зон. Аеротерапія, геліотерапія. Характеристика водних рекреаційних ресурсів України. Види та методи водолікування.

### **3.5. Природно-ресурсна складова рекреаційної діяльності**

Загальна характеристика видів рекреаційних ресурсів. «Світова спадщина ЮНЕСКО». Класифікація рекреаційних ресурсів. Рекреаційне природокористування. Взаємозв'язок рекреаційних потреб та наслідків рекреаційного природокористування.

### **3.6. Бальнеологічні та біотичні ресурси**

Історія розвитку бальнеології в Україні та характеристика мінеральних вод. Види лікувальних грязей та інших природних джерел. Озокерит. Парафілотерапія. Літотерапія. Характеристика біотичних рекреаційних ресурсів: ліси, болота. Ландшафт та його вплив на організацію туристичної діяльності. Пейзаж.

### **3.7. Методи та типи оцінки природно-рекреаційних ресурсів**

Підходи до оцінки природно-рекреаційних ресурсів. Особливості медико-біологічної та психолого-естетичної оцінки рекреаційних ресурсів. Технологічна та економічна оцінка природно-рекреаційного потенціалу рекреаційних територій.

### **3.8. Напрями та заходи рекреаційно-оздоровчої діяльності**

Валеологічні напрями розвитку рекреації. Способи відновлення здоров'я: рекреація; лікування; реабілітація. Компенсаторний вплив кольоротерапії і арт-терапії. Музикотерапія. Апітерапія та анімалотерапія як заходи оздоровчої рекреації.

### **3.9. Маркетингові підходи до формування задоволеності споживачів рекреаційних послуг**

Поведінка споживача як чинник маркетингу рекреаційних послуг. Дослідження факторів задоволеності споживачів рекреаційних послуг. Формування програм лояльності споживачів рекреаційного підприємства.

## **4. Навчальна дисципліна «Організація туризму»**

### **4.1. Функції туризму, умови та фактори його розвитку**

Туризм як сфера господарської діяльності. Значення сфери послуг та її складової частини – туризму в структурі народного господарства. Роль та місце туризму в сучасному суспільстві. Соціально-економічні проблеми розвитку туризму в суспільстві. Туристична економіка.

Основні поняття та визначення в туризмі: туризм, ринок туристичних послуг, туристична індустрія. Суб'єкти та об'єкти ринку туристичних послуг. Поняття туристичної послуги, її соціально-економічна характеристика. Туристичні ресурси: природні, історико-культурні та інфраструктурні.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	Екземпляр № 1	Арк 37 / 20

Функції туризму в суспільстві: оздоровча (рекреаційна), виховна, політична, економічна, екологічна, соціальна та інші.

Умови розвитку туризму: природно-географічні, історико-політичні, соціально-економічні, демографічні. Зовнішні та внутрішні умови та фактори розвитку туризму. Фактори залучення (що спонукають до подорожі) та фактори розподілу і диференціації попиту (що впливають на вибір місця подорожі).

Туристичний продукт та його складові. Специфічні особливості туристичного продукту як товару.

#### **4.2. Організація ринку туристичних послуг**

Соціально-економічне значення сфери послуг. Міжнародна система послуг. Способи постачання послуг. Специфіка виробництва і постачання послуг.

Сегментація ринку туристичних послуг. Види туристичних послуг та їх функціональна класифікація. Організація послуг комунікацій, організація послуг розміщення, організація послуг харчування, організація рекреаційних послуг. Просторова структура триступеневої організації послуг.

Споживачі й виробники туристичних послуг. Туристичне посередництво. Туристичний консорціум та корпорація. Мотивація та потреби споживачів (туристів). Попит на туристичні послуги та специфіка його формування.

Мотивація подорожей. Попит на міжнародному туристичному ринку. Споживчі вимоги до якості турпослуг.

#### **4.3. Класифікації в туризмі**

Класифікація туризму за різними класифікаційними ознаками: за напрямом туристичних потоків, за метою подорожі, за способом організації, за фінансуванням, за способом пересування, за формою організації подорожі, за класом обслуговування, за демографічним та соціальним складом учасників подорожі.

Класифікація туризму за формами: групові та індивідуальні подорожі.

Класифікація маршрутів та турів за територіальною ознакою, за вибором засобів пересування, за сезонністю, за тривалістю, за змістом програм, за складом учасників подорожі, за формою організації подорожі, за побудовою траси маршруту.

Класифікація туристичного обслуговування.

Класифікація туристичних підприємств. Види підприємств туроператорів та турагентів.

Види туристів та ознаки їх класифікації.

#### **4.4. Міжнародні, регіональні та національні показники розвитку туризму**

Статистика туризму: методологія розрахунків та показник розвитку

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	Екземпляр № 1	Арк 37 / 21

міжнародного туризму. Основні показники, які включені в статистику туризму.

Проблеми обліку туристичних витрат та розрахунок мультиплікативного ефекту туризму.

Поняття туристичних потоків. Методичні підходи до визначення туристичних потоків. В'їзні та виїзні туристичні потоки. Туристичне сальдо країни. Інші показники, які включені в статистику туризму.

#### **4.5. Історичні передумови виникнення та розвитку туристичної системи України**

Питання періодизації історії світового туризму та історичні передумови його виникнення. Подорожі в Стародавньому світі та Середньовічній Європі. Соціально-економічні передумови сучасного етапу розвитку туризму. Перші організовані туристичні подорожі в світі. Історія виникнення туристично-екскурсійної справи.

Початок туристичної справи в Україні. Розвиток туризму в СРСР у 20-60-ті роки ХХ сторіччя. Загальна характеристика стану туристичної індустрії СРСР у 70-80-ті роки: БММТ «Супутник», ВАТ «Інтурист» та Всесоюзної центральної Ради по туризму та екскурсіям.

Характеристика розвитку туризму у світі на сучасному етапі. Транснаціоналізація готельно-туристичного бізнесу.

Міжнародні туристичні організації та їх роль в проведенні світової (регіональної) туристичної політики. Показники стану та перспективи розвитку туризму в світі, їх динаміка. Міжнародне співробітництво в галузі туризму.

#### **4.6. Світова туристична політика та роль Світової організації туризму (UNWTO) у її формуванні**

Туристична політика: визначення та класифікація.

Світова туристична політика та роль міжнародних організацій в її формуванні, регулюванні.

Всесвітня туристична організація (UNWTO): структура, роль та значення у формуванні міжнародних туристичних обмінів. Комітети та комісії UNWTO: їх функції, завдання.

Туристичні прибуття та їх структура. Формування туристичного балансу країни. Країни активного та пасивного туризму.

Формування міжнародних контрактів та міжнаціональної туристичної політики. Міжнародні організації: загальні, спеціальні, регіональні та інші.

Інтеграційні та глобалізаційні процеси в туризмі. Міжнародна інтеграція в туризмі. Формування та роль транснаціональних корпорацій у сфері туризму.

#### **4.7. Державне регулювання туристичної діяльності**

Організаційно-правовий механізм регулювання туристичної діяльності.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	<i>Екземпляр № 1</i>	

Туристичне законодавство. Закон України «Про туризм»: аналіз змісту розділів.

Соціальний механізм регулювання. Соціальне значення туризму. Соціальні пільги та туризм. Досвід міжнародних країн у формуванні туристичних пакетів та програм для різних соціальних груп.

Економічний механізм регулювання. Економічне значення туризму та його внесок в державний, місцевий бюджет. Податкові державні та місцеві пільги щодо розбудови туристичної інфраструктури.

Екологічний механізм регулювання. Екологічний туризм та геологістика природних ресурсів країни.

Транскордонне співробітництво та стимулювання міжнародних обмінів в прикордонних зонах (коридорах).

#### **4.8. Порядок ліцензування туристичної діяльності та сертифікація туристичних послуг**

Ліцензування в туризмі. Види туристичної діяльності, що підлягають ліцензуванню. Ліцензійні умови та правила їх виконання. Вимоги до матеріально-технічної бази, кадрового складу та інші умови забезпечення ліцензійних умов.

Сертифікація та стандартизація сфери складових індустрії туризму (за видами туристичних підприємств. За складовими туристичної сфери).

Порядок надання туристичних послуг. Регіональні та місцеві правила та інструкції.

Порядок проведення екскурсійної діяльності. Порядок надання дозволів на туристичний супровід. Кваліфікаційні вимоги до екскурсоводів.

Ліцензування та сертифікація транспортних перевезень. Правила ліцензування автотранспортних перевезень, сертифікації маршрутів.

Сертифікація закладів готельного господарства та ресторанного бізнесу.

#### **4.9. Умови створення та функціонування туристичного підприємства**

Законодавчі та нормативні умови провадження господарської діяльності з організації іноземного, внутрішнього, зарубіжного туризму, екскурсійної діяльності.

Етапи створення туристичного підприємства та запровадження підприємницької діяльності з надання туристичних послуг.

Особливості функціонування туристичних підприємств в Україні різних форм власності та організаційно-правових форм господарювання. Основні умови започаткування та роботи туристичної фірми.

Туроперейтинг. Агентський бізнес та формування агентської мережі. Агентський бізнес в туризмі. Види та форми агентської роботи.

Організація агентського бізнесу з продажу квитків на авіа-, залізничні та автотранспортні перевезення.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	Екземпляр № 1	Арк 37 / 23

#### **4.10. Реєстрація фізичної особи-підприємця (турагентства)**

Господарський кодекс України. Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань». Перелік документів для реєстрації ФОП. Особливості електронної реєстрації. Єдиний державний реєстр юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань.

Спрощена система оподаткування.

Припинення діяльності ФОП.

#### **4.11. Реєстрація юридичної особи (туроператора/турагентства)**

Перелік документів для проведення державної реєстрації юридичної особи. Реєстраційна картка. Рішення засновників або уповноваженого ними органу про створення юридичної особи. Статут.

Облік в органах статистики, державної фіскальної служби, Пенсійного фонду України.

Спрощена та загальна системи оподаткування.

Банкрутство. Санація. Припинення діяльності юридичної особи.

#### **4.12. Обґрунтування організаційної структури управління туристського підприємства**

Поняття та складові організаційної діяльності. Повноваження, обов'язки, відповідальність. Процес делегування повноважень і відповідальності. Типи повноважень: лінійні, функціональні.

Сутність організаційної структури управління та їх роль в досягненні мети. Елементи структури. Види організаційних структур управління. Лінійні та функціональні організаційні структури управління. Комбіновані організаційні структури управління. Принципи побудови організаційних структур управління. Фактори, які впливають на формування організаційної структури.

Організаційна структура управління туроператора, турагента та екскурсійного бюро.

#### **4.13. Вимоги до офісу й персоналу туристського підприємства**

Обладнання, оформлення та вимоги до наявності інформації усередині офісу турфірми.

Кваліфікаційні вимоги до кадрового складу працівників туроператора і турагента. Організація роботи front-, back офісів та call – центру туроператорів.

#### **4.14. Сутність та класифікація турів**

Сутність та складові туристичного продукту. Сутність поняття «тур», «турпакет». Додаткові туристично-екскурсійні послуги. Специфічні та неспецифічні туристичні товари.

Класифікація турів. Пекидж-тур. Інклюзив-тур.

Виробництво, просування, реалізація туристичних продуктів.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	Екземпляр № 1	Арк 37 / 24

Вибір географії подорожей туристичним підприємством (фірмою). Характеристика асортименту послуг туристичної фірми. Планування туристичних подорожей. Технологічний процес підготовки, реалізації та проведення туру.

Активізація туристів та засоби залучення туристів. Культура обслуговування та основні правила прийому клієнтів.

Організація туристичного обслуговування різних типів споживачів. Особливості формування психологічного комфорту при здійсненні групових подорожей. Завдання та обов'язки керівника туристичної групи.

#### **4.15. Методика розробки туру**

Етапи розробка туру: вибір пунктів маршруту, ієрархізація цих пунктів, вибір пунктів початку та закінчення маршруту, розробка схеми маршруту та його оптимізація. Розробка схеми маршруту та його програмне забезпечення. Пошук партнерів та укладених з ними угод. Розрахунок вартості туру.

Лінійний, кільцевий, радіальний схеми маршруту. Оптимізація маршруту. Розробка програми туру. Екскурсійна програма. Клас обслуговування.

#### **4.16. Організаційно-технічні заходи із забезпечення туру**

Клас обслуговування: VIP, люкс-апартамент, люкс, перший клас, туристичний клас, шкільний, кемпінг. Відповідність складових туру туристичному класу.

Основні види туристичних документів. Види договорів в туризмі та порядок їх оформлення. Договір на туристичне обслуговування.

Ваучер як основний туристичний документ. Правила оформлення туристичних ваучерів. Порядок заповнення та використання бланку туристичного ваучеру.

Інформаційні, облікові, розрахункові та звітні туристичні документи.

Оформлення документів туристичної групи (групи на виїзд за кордон, групи, що подорожує в межах України, дитячої туристичної групи).

Порядок і послідовність оформлення документів індивідуальних туристів.

#### **4.17. Види та порядок розробки договорів у туризмі**

Види договорів, що укладаються між туроператорами і турагентами: договір доручення; договір комісії; агентський договір; договір франчайзингу; договір про партнерство. Основні розділи договорів між туроператорами та турагентами. Розподіл відповідальності туроператорів і турагентів. Прямий продаж окремих послуг в туризмі.

Договірні відносини між турпідприємством та підприємствами з розміщення туристів: договір про тверду закупівлю місць з повною оплатою; договір про квоту місць з гарантією заповнення 30-80%; договір про квоту місць без гарантії заповнення; договір про поточне бронювання. Особливості



Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	<i>Екземпляр № 1</i>	

оформлення заявок на бронювання, підтвердження замовлених готельних послуг, анулювання бронювання тощо. Відповідальність сторін.

Особливості укладання та зміст договорів на організацію додаткового харчування за межами засобів розміщення (між туроператорами та підприємствами ресторанного господарства).

Договір на оренду транспортного засобу з екіпажем. Основні відомості, які повинні бути відображені в контракт-договорі чартеру.

#### **4.18. Розрахунок вартості туру**

Кон'юнктура ринку туристичних послуг. Маркетингова політика. Збутова політика. Цінова політика туристичного підприємства. Життєвий цикл турпродукту.

Маркетинговий та витратний підхід до ціноутворення.

Собівартість. Прямі та накладні витрати. Розподіл накладних витрат.

Прибуток. Прибутковість. Норма прибутку.

Бонусні та комісійні програми туроператорів. Турфірми-консолідатори. Поняття «комісійної винагороди». Загальні тенденції визначення та нарахування комісійної винагороди залежно від типу туроператора. Поняття «ціни нетто» та «ціни брутто». Бонусні програми туроператорів. Схема роботи турфірм-консолідаторів.

#### **4.19. Схеми доставки турпродукту до споживача**

Схема каналу розподілу турпродукту. Рівень каналу. Звичайні, вертикальні та горизонтальні канали розподілу.

Корпоративна вертикальна схема. Франчайзинг.

Реклама: сутність та види. Стимулювання збуту. Зв'язки з громадськістю. Інтернет-сайт. Використання соціальних мереж для просування турів.

Інноваційні збутові технології.

#### **4.20. Організація транспортного обслуговування туристів**

Загальні принципи організації транспортного обслуговування туристів. Система транспортного забезпечення в туризмі та класифікація транспортних засобів. Ознаки класифікації видів та форм транспортних перевезень. Види транспортних подорожей та їх характеристика.

Перелік нормативно-законодавчих актів, що регулюють міжнародні транспортні перевезення. Перевізні документи та правила їх оформлення.

Основні вимоги щодо поведінки пасажирів (туристів) при транспортуванні різними видами транспортних засобів.

Особливості розробки транспортних маршрутів.

Сучасний стан ринку авіаперевезень. Нормативно-законодавчі основи міжнародних та внутрішніх перевезень на авіатранспорті. Умови організування чартерних перевезень. Авіа-чартер. Класи авіаперельотів. Система тарифів та пільг на авіатранспорті. Особливості перевезення багажу

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	<i>Екземпляр № 1</i>	

туристів.

Стан розвитку залізничних сполучень. Нормативно-законодавча основа міжнародних та внутрішніх перевезень на залізничному транспорті. Технологія перевезення та обслуговування туристів на залізничному транспорті. Організація спеціальних залізничних турів.

Особливості обслуговування водним транспортом та формування круїзних територій. Особливості лінійних та каботажних маршрутів.

Типи та класи суден. Характеристика основних круїзних територій світу. Ресурсний потенціал України щодо організації круїзних подорожей. Ринок туристських послуг морських (річкових) круїзів України. Організація круїзних туристських маршрутів та їх специфіка.

Види автотранспортних перевезень. Розробка туристського автотранспортного маршруту. Визначення економічної ефективності рейсів та складання графіків руху. Диспетчерське регулювання автотранспортних пасажирських перевезень. Розрахунок вартості проїзду.

#### **4.21. Паспортно-візові та інші туристичні формальності**

Види туристських формальностей та умови їх виконання. Поняття та основні види туристських формальностей.

Міжнародні форуми та конгреси з питань туристських формальностей.

Світова та національна нормативно-законодавча база виконання туристських формальностей. Перелік основних нормативних документів, які забезпечують спрощення туристських формальностей та встановлення візового режиму в ряді країн світу.

Паспорти та їх види. Правила оформлення паспортів громадянам України для виїзду за кордон.

Класифікація віз та встановлення візового (безвізового) режиму в'їзду до країни. Правила в'їзду-виїзду та транзитного проїзду через територію України та іноземних держав. Оформлення в'їзних віз. Шенгенська угода та шенгенська віза: правила оформлення документів туристів. Ступені захисту марки візи від підробки. Основні реквізити туристських віз.

Правила акредитації турфірми в консульській установі посольства іноземної країни.

Правила та порядок оформлення української візи іноземним громадянам. Міжнародна туристська візова політика України. Туристська віза та правила її оформлення в посольствах різних держав.

Митні, валютні та медико-санітарні туристські формальності.

#### **4.22. Страхування в туризмі**

Види страхування в туризмі. Обов'язкові види страхування.

Правила і порядок страхування туристів та їх майна та порядок виплати страхових сум. Порядок відшкодування страхових сум на медичне лікування. Дії застрахованого в разі настання страхового випадку.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	<i>Екземпляр № 1</i>	

Порядок надання медичної допомоги іноземним туристам на території України. Порядок надання медичної допомоги українським туристам на території іноземних держав. Вимоги щодо приготування їжі та споживання питної води в закордонних країнах. Місцеві туристські формальності та збори.

#### **4.23. Претензійна робота в туризмі**

Основні права та обов'язки туристів. Порядок відшкодування втрат в разі невиконання або неякісного виконання туристського обслуговування. «Договірна» та «не договірна» шкода. Порядок компенсації втрат.

Використання Франкфуртської таблиці для розрахунку суми відшкодування моральної та матеріальної шкоди заподіяної туристам з вини туроператора. Досвід інших країн щодо компенсації фізичної, матеріальної та (чи) моральної шкоди.

#### **4.24. Безпека туристичних подорожей**

Нормативно-правові акти щодо забезпечення безпеки туристських подорожей. «Фактори ризику» в туризмі та основні заходи щодо нівелювання їх наслідків.

Правила та норми, що регулюють питання безпеки туристських подорожей в Україні. Перелік нормативно-правових актів, що забезпечують безпеку туристських подорожей (міжнародних і українських).

Правила поведінки на транспорті. Основні умови забезпечення безпеки на транспорті.

Правила поведінки туристів в разі виникнення травмонебезпеки, шкідливого впливу довкілля, пожежонебезпеки, випромінювання, підвищеної запиленості і загазованості повітря, впливу хімічних факторів тощо.

Правила поведінки туристів в разі специфічних факторів ризику (природні та техногенні катастрофи, поганий стан об'єктів матеріальнотехнічного забезпечення, недостатня підготовка інструкторського персоналу, недостатня підготовка самих туристів, брак інформації тощо).

Обов'язки туристів щодо дотримання правил поведінки в країні (місці) перебування та формування сприятливого психологічного клімату в групі. Обов'язки рецептивної турфірми щодо надання допомоги в разі настання форс-мажорних обставин. Основні положення міжнародних документів з питань безпеки турподорожей.

#### **4.25. Основи організації анімаційних послуг**

Поняття дозвілля. Місце дозвілля в структурі бюджету часу людини. Ознаки дозвілля. Мета дозвілля. Характеристика процесу розваг. Фактори, що впливають на вибір розваг.

Класифікація підприємств індустрії дозвілля та розваг: вітчизняний та закордонний досвід.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	<i>Екземпляр № 1</i>	

Передумови виникнення анімації в туризмі. Типологія анімації в туризмі: туристична анімація, рекреаційна анімація.

Функції туристичної анімації: адаптаційна, стабілізуюча, оздоровча, інформаційна, удосконалююча, рекламна.

Модель фахівця туранімації. Закордонний досвід підготовки фахівців з анімаційної діяльності. Вимоги до аніматорів.

#### **4.26. Організація анімаційних послуг в готелях і туристичних комплексах**

Характеристика підрозділів, що надають анімаційні послуги. Фактори, що впливають на кількість та склад закладів дозвілля в готелях і туристичних комплексах. Склад анімаційної команди готелів та туристичних комплексів.

Класифікація туристів. Психодіагностика туристів. Особливості роботи з туристами різних категорій. Форми роботи з різними віковими групами відпочиваючих. Класифікація туристів за ставленням до проведення дозвілля. Національні особливості туристів та врахування їх при складанні анімаційних програм. Анімаційні програми для сімейного дозвілля.

Матеріальна база анімації: перший, другий, третій рівні. Готельні анімаційні послуги та програми. Вимоги до побудови анімаційних програм. Напрями і програми туристичної анімації. Етапи формування анімаційних програм. Сценарій анімаційної програми: поняття, різновиди. Монтажник лист. Сценарний план. Сюжетний хід. Композиційна побудова анімаційної програми. Мізансцена анімаційної програми.

#### **4.27. Організація ігрової та спортивної анімації**

Гра як складне соціокультурне явище. Мотивація гри. Позитивний вплив гри на людину.

Форми ігрової діяльності в туристичній анімації: спортивні, ділові ігри, рухливі, настільні, інтелектуальні, азартні, рольові ігри. Ігри за принципом віку учасників: дитячі, юнацькі, молодіжні, для осіб середнього віку, для осіб третього віку, універсальні. Сімейні ігри. Ігри за кількістю учасників: масові, групові, індивідуальні, парні, командні ігри. Конкурсні, рольові, активізуючі ігри.

Ігрова програма. Критерії оцінки якісного складу ігрової аудиторії. Оцінка ігрового майданчику ігрової анімації. Особливості підготовки аудиторії до участі в ігровій анімації. Врахування кліматичних умов, пори року при складанні ігрових анімаційних програм.

Методика проведення рухливих ігор: рухливі ігри на спортивних майданчиках, рухливі ігри в басейні. Аеробіка: оздоровча, спортивна аеробіка. Побудова програм рухливих ігор.

#### **4.28. Музична та танцювальна анімація**

Поняття та особливості емоційного впливу музики. Аудиторія музичних анімаційних заходів. Диференційований підхід при розробці музичних

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	Екземпляр № 1	Арк 37 / 29

анімаційних програм.

Історія зародження музичної анімації. Форми музичної анімації: концерт, музичний фестиваль, музичні конкурси, караоке, салонні музичні заходи.

Класифікація музичних фестивалів: за віковим цензом, за жанром музики, за рівнем професійності виконавців. Різновиди музичних конкурсів: професійні, аматорські, музично-ігрові конкурси. Особливості розробки музичних анімаційних програм в різних закладах розміщення туристів.

Етапи становлення танцювальної культури. Форми сучасної танцювальної анімації: бал, танці під живу музику, дискотека. Особливості бальної культури. Танці під живу музику як найбільш розповсюджена форма дозвілля туристів. Особливості анімаційної дискотеки.

Оцінка матеріально-технічної бази танцювальних заходів. Акустична характеристика танцювального майданчика. Різновиди акустики: жорстка, м'яка, оптимальна. Врахування гучності при складанні танцювальних програм.

#### **4.29. Екскурсія: сутність та класифікація**

Основні показники екскурсії: відповідно до Ліцензійних умов, Закону «Про туризм».

Ознаки екскурсії, їх характеристика: активність, логічна послідовність, випереджувальна роль показу.

Екскурсійний процес, його складові. Завдання екскурсійного процесу. Вимоги до екскурсії. Мета, завдання та форми проведення екскурсії.

Функції екскурсії: інформація, культурний відпочинок, розширення кругозору, формування інтересів. Екскурсія як форма туристської послуги.

Екскурсійний метод. Вимоги екскурсійного методу. Екскурсійний аналіз. Групи екскурсійного аналізу. Види аналізу.

Показ, розповідь, рух – основні елементи екскурсії.

Тематика екскурсій. Вимоги до тематики.

Сучасна класифікація екскурсій. Класифікація екскурсій залежно від змісту, тематики, складу учасників, місця проведення, способу пересування, форми проведення, тривалості.

#### **4.30. Методика підготовки екскурсії**

Організація та зміст процесу розробки нової екскурсії. Творча група, її склад. Колективний характер роботи. Розподіл і виконання обов'язків членів групи. Термін підготовки екскурсії.

Основні етапи підготовки екскурсії: визначення цілі, вибір теми, підбір та вивчення літературних джерел; робота зі змістом екскурсії; знайомство з експозиціями і фондами музеїв; підбір та вивчення екскурсійних об'єктів; складання та інспектування маршрутів; підготовка контрольного тексту екскурсії; мова екскурсовода; комплектування «портфеля екскурсовода»;

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	Екземпляр № 1	Арк 37 / 30

вибір методичних засобів; складання методичних розробок; висновки методиста про текст і методичну розробку; прийом екскурсії; затвердження екскурсії. Порядок складання технологічної карти екскурсії.

Індивідуальний текст екскурсії, його особливості. Структура тексту.

#### **4.31. Методика та техніка проведення екскурсії**

Призначення методики проведення екскурсії. Загальна й часткова методика. Характеристика методичних способів: асоціації щодо порядку часу, асоціації щодо єдності місця, словесні методи (усна розповідь, бесіда, пояснення, переказ змісту, цитування тощо). Наочні методи: демонстрація в натурі та в зображенні, спостереження, тощо.

Практичні методи: огляд об'єкта, спостереження згідно із завданням екскурсовода.

Метод вправ: вироблення навичок та умінь екскурсантів.

Вимоги екскурсійної методики: методичні способи показу, розповіді, рух в екскурсії, використання «портфеля екскурсовода», техніка проведення екскурсії та контакт екскурсовода з групою.

Особливі методичні прийоми.

Прийоми демонстрації наочних матеріалів.

Техніка проведення екскурсії. Вимоги до техніки проведення екскурсії.

#### **4.32. Професійна майстерність екскурсовода**

Поняття «професійна майстерність екскурсовода». Складові «професійної майстерності екскурсовода». Вимоги до екскурсовода. Особистість екскурсовода. Права та обов'язки, навички та уміння екскурсовода, їх формування.

Шляхи підвищення професійної майстерності екскурсовода. Культура та техніка мови екскурсовода, їх складові. Невербальні засоби мовлення.

Психологічні завдання екскурсовода: формування та підтримка інтересу до екскурсії, організація уваги на екскурсії.

Диференційований підхід до екскурсійного обслуговування.

### **5. Навчальна дисципліна «Маркетинг»**

#### **5.1. Сутність основних понять маркетингу та розвиток його концепції**

Зміст, завдання та структура навчального курсу «Маркетинг», його теоретичні й методологічні основи, зв'язок із спеціальними дисциплінами, що формують систему економічних знань майбутнього фахівця з туризму.

Історичні передумови виникнення маркетингу як способу ефективного управління діяльністю. Приклади застосування маркетингових підходів до ведення бізнесу.

Теоретичні основи маркетингу та практичне застосування їх при функціонуванні підприємств в умовах ринкових відносин. Сутність

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	<i>Екземпляр № 1</i>	

маркетингу, еволюція його визначення.

Визначення та сутність понять, які становлять теоретичну основу маркетингу: потреба (види потреби), попит, обмін (умови здійснення), угода (види угоди), ринок (показники, що його характеризують), сегмент ринку, комплекс складових маркетингу (товар, ціна, розповсюдження, комунікації).

Основні цілі та принципи маркетингу як програмно-цільової концепції управління підприємницькою діяльністю, що орієнтована на задоволення потреб споживачів.

Види маркетингу залежно від сфери і масштабів діяльності (внутрішній, міжнародний), виду продукту (товарів (споживчих, виробничого призначення), засобів виробництва, послуг). Різновиди та завдання маркетингу підприємства, що діє в умовах різного співвідношення між попитом і пропозицією. Маркетинг у сфері некомерційної діяльності.

Концепції діяльності підприємства на ринку: удосконалення виробництва, удосконалення товару, інтенсифікація комерційних зусиль, маркетингу, соціально-етичного маркетингу. Основні фактори, які обумовили їх еволюційний розвиток.

Вплив громадських рухів на захист прав споживачів, охорону навколишнього середовища, діяльність підприємства.

## **5.2. Маркетинг як відкрита мобільна система**

Системний підхід до організації маркетингу підприємства. Маркетинг як циклічний і безперервний процес. Коротка характеристика основних етапів маркетингової діяльності підприємства: аналізу ситуації, планування маркетингової діяльності, реалізації планів маркетингу та маркетингового контролю.

Сутність та завдання організації маркетингу. Взаємодія сукупності елементів системи маркетингу. Функції маркетингу: аналітичні, плановоуправлінські, виробничо-збутові, контрольні.

Контрольовані та неконтрольовані фактори макро- та мікросередовища, під постійним впливом яких знаходиться система маркетингу підприємства.

Внутрішнє середовище підприємства: концепція управління, фінансові ресурси, інформаційне забезпечення, структура апарату управління підприємства, корпоративна культура, цілі та комплекс маркетингу.

Зовнішнє макро- та мікросередовище підприємства. Елементи мікросередовища: постачальники, посередники, суміжники, клієнти, конкуренти, контактні аудиторії. Фактори макросередовища: економічні, політичні, правові, соціальні, науково-технічні, екологічні, демографічні, культурні.

## **5.3. Товарна політика в системі маркетингу**

Сутність, цілі та завдання товарної (продуктової) політики підприємства.

Поняття товару і товарної одиниці в теорії маркетингу. Види

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	Екземпляр № 1	Арк 37 / 32

класифікації продуктів (товарів, послуг). Три рівні товару. Характеристика споживчих товарів, товарів виробничого призначення, послуг.

Поняття номенклатури продуктів, товарного асортименту, показники оцінки (глибина, ширина, насиченість, гармонійність, стійкість, коефіцієнт оновлення).

Концепція життєвого циклу товару. Характеристика етапів життєвого циклу. Зміст діяльності та особливості маркетингу на кожному етапі життєвого циклу товару: впровадження товару на ринок, зростання обсягів продажу, зрілості (зростаючої, стабільної, спадаючої), падіння обсягів реалізації.

Сутність та роль інновацій у маркетинговій діяльності підприємства. Основні етапи розроблення нових продуктів. Впровадження нових товарів на ринок та основні причини поразок. Значення пробного маркетингу.

Торговельна марка, її складові, вимоги до марочних товарів. Поняття та значення брендингу, проблеми створення корпоративних символів, марок. Охорона прав на товарні знаки. Упаковка товару: види, функції, проблеми, штрихове кодування товару.

Види сервісного обслуговування, його принципи. Критерії оцінки рівня розвитку сервісу.

Поняття якості товару. Петля якості. Значення системи сертифікації товарів у підвищенні рівня їх якості. Показник комплексної оцінки якості товару з урахуванням його специфіки.

Поняття конкурентоспроможності продукту. Позиціонування товару на ринку. Фактори, що впливають на формування конкурентоспроможності товару та критерії її оцінки. Методи визначення конкурентоспроможності продуктів. Завдання маркетингу щодо забезпечення конкурентоспроможності продуктів (товарів, послуг).

#### **5.4. Брендинг**

Поняття брэнда та брендингу. Види брэндів і брэндових стратегій. Створення брэнда. Розширення брэнда.

#### **5.5. Цінова політика в системі маркетингу**

Сутність та завдання цінової політики в системі маркетингу підприємства. Цілі ціноутворення: максимізація прибутку, збільшення частки ринку, забезпечення виживання підприємства.

Визначальні фактори, що впливають на формування цінової політики підприємства: витрати, попит, рівень конкуренції, державне регулювання цін, особливості системи розповсюдження. Особливості встановлення цін на ринках різних типів. Тенденції зсуву ролей цінової та нецінової конкуренції.

Види цінових стратегій: стратегії високих, низьких цін, цін на принципово нові товари, цін на товари-імітатори, не округлених цін; єдиних цін, гнучких цін, стратегії у межах товарного асортименту (цінових ліній, цін



Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	<i>Екземпляр № 1</i>	

на товари, що доповнюють, на комплектуючі товари. Цінова дискримінація.

Методи ціноутворення. Структура ціни. Встановлення ціни з урахуванням якості продукції, вивчення попиту споживачів, економічних та психологічних можливостей покупців, розрахунку витрат, порівняння з цінами на аналогічні товари конкурентів, визначення етапу життєвого циклу товару, співвідношення цін між товарами та їх модифікаціями, сезону та регіону реалізації продукції Залежність цін від відношень між партнерами. Види знижок, націнок надбавок. Вибір економічно обґрунтованої ціни.

### **5.6. Політика розповсюдження в системі маркетингу**

Значення, цілі, завдання та місце політики розповсюдження в системі маркетингу. Поняття системи розповсюдження та її складові елементи. Канали розповсюдження, рівні, характеристика каналів розповсюдження різних рівнів. Функції каналів розповсюдження.

Види маркетингових систем розповсюдження (традиційні, багатоканальні, горизонтальні, вертикальні). Розвиток вертикальних маркетингових систем розповсюдження, їх різновиди (керовані, корпоративні, договірні). Особливості договірних вертикальних маркетингових систем розповсюдження (добровільних об'єднань роздрібних торговців під егідою оптовиків, підприємств утримувачів привілеїв, кооперативів роздрібних торговців).

Маркетингові рішення щодо структури каналу розповсюдження та схема їх прийняття (визначення основних варіантів каналу, визначення числа посередників, відбір учасників каналу, мотивування посередників та оцінка їх діяльності). Характеристика інтенсивного, селективного та ексклюзивного розповсюдження. Типи підприємств оптової та роздрібної торгівлі.

Методи розповсюдження послуг. Види та особливості посередників у виробничій та невиробничій галузях.

Маркетинговий логістичний підхід при організації розповсюдження продуктів.

### **5.7. Комунікаційна політика в системі маркетингу**

Значення, місце, цілі, завдання системи маркетингових комунікацій у комплексі маркетингу. Характерні особливості елементів системи маркетингових комунікацій: видів реклами, методів стимулювання збуту, персонального продажу, зв'язків з громадськістю. Фактори, що визначають структуру комунікаційних заходів: тип товару, етап життєвого циклу товару, ринку, вид стратегії збуту, ступінь інформованості покупців.

Роль реклами. Розроблення програми рекламної діяльності. Зміст, схема, форма та структура рекламного звернення. Вибір носіїв рекламних об'яв та критерії оцінки ефективності реклами. Поняття „фірмового стилю”.

Зв'язки з громадськістю та їх роль у збільшенні довіри до товарів, послуг та підприємства. Традиційні та нові інструменти заходів зв'язків з

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	<i>Екземпляр № 1</i>	

громадськістю (підтримування контактів із засобами масової інформації, проведення презентацій, ювілейних заходів, організація консультування споживачів і посередників, спонсорство тощо).

Напрями здійснення стимулювання збуту: стимулювання споживачів, співробітників підприємства, посередників. Особливості застосування засобів стимулювання збуту

Процес персонального продажу. Типи презентації. Можливі ускладнення під час персонального продажу та способи їх уникнення.

Структура комунікаційного бюджету і фактори, що визначають його розмір. Методи розрахунку комунікаційного бюджету.

Оцінка ефективності комунікаційної програми (психологічна та комерційна ефективність).

Міжнародний кодекс рекламної діяльності. Обмеження у рекламній діяльності згідно з вітчизняним законодавством.

### **5.8. Мерчандайзинг**

Поняття мерчандайзингу. Технології мерчандайзингу. Управління товарними запасами в системі мерчандайзингу. Організація роботи з мерчандайзингу.

### **5.9. Формування маркетингової інформаційної системи на основі проведення маркетингових досліджень**

Значення інформації для прийняття маркетингових рішень. Класифікація маркетингової інформації. Первинна та вторинна інформація, переваги і недоліки, що визначають доцільність її отримання та використання.

Поняття маркетингової інформаційної системи. Маркетингові дослідження як основна складова формування банку даних маркетингової інформаційної системи підприємства. Сутність маркетингових досліджень, практика організації проведення на зарубіжних та вітчизняному ринках.

Маркетингові дослідження потреб, поведінки покупців, продуктів, ринку, товарів, конкурентів, реклами.

Види маркетингових досліджень залежно від типу та методів отримання інформації, від мети досліджень і кількості досліджуваних об'єктів.

Методи маркетингових досліджень: аналіз документів, спостереження опитування, експеримент. Кількісні методи маркетингових досліджень. Якісні методи маркетингових досліджень. Доцільність їх застосування. Інструментарій, що застосовується під час проведення маркетингових досліджень. Створення листів опитування.

Зміст етапів проведення маркетингових досліджень: визначення проблеми і формулювання мети досліджень, складання плану досліджень, збір маркетингової інформації, аналіз та інтерпретація даних, підготовка та подання звіту (розроблення рекомендацій).

Базові концепції дослідження попиту та пропозиції на ринку товарів та

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	<i>Екземпляр № 1</i>	

послуг і в окремих його сегментах, місткості ринку, рівня цін і цінової еластичності попиту та пропозиції, ступеня та умов ринкової конкуренції.

Кон'юнктурний огляд: особливості та тенденції розвитку ринку товарів та послуг, аналіз причинно-наслідкових зв'язків, мікропоказники та макропоказники, їх динаміка.

### **5.10. Вивчення потреб і поведінки споживачів та вибір цільових сегментів**

Класифікація потреб суб'єктів ринку. Моделювання поведінки покупців. Фактори, що впливають на поведінку покупців: потреби, спонукальні фактори комплексу маркетингу, фактори макросередовища, психологічні та особистісні характеристики покупця. Поняття біхевіоризму.

Процес прийняття рішення щодо купівлі товарів виробничого та невиробничого призначення, вибору продукту для задоволення існуючої потреби. Етапи прийняття рішення про придбання продукту: усвідомлення проблеми, пошук інформації (джерела інформації), оцінка варіантів (моделі оцінки та вибору продукту), можливі рішення щодо купівлі, реакція на купівлю (варіанти після продажного використання товару).

Особливості купівлі товарів виробничого призначення. Типи ситуацій при здійсненні закупівель для потреб підприємства. Основні фактори, що визначають процес прийняття рішення про купівлю: економічна, політична ситуація в країні, стан кон'юнктури ринку, інфраструктура підприємства, відмітні особливості підприємства, міжособистісні відносини та особливості рис характеру відповідального за закупку. Етапи прийняття рішення щодо придбання продукції виробничого призначення: усвідомлення проблеми, узагальнений опис потреб, пошук постачальника, запити пропозицій, вибір постачальника, обґрунтування процедури отримання замовлення, оцінка роботи постачальника. Критерії вибору постачальників.

Особливості прийняття посередником рішення про закупівлю. Цінова та асортиментна політика посередницьких структур.

Закупівлі бюджетних організацій, їх потреби та технологія задоволення.

Сутність та принципи сегментації покупців споживчих товарів: соціально-економічний, географічний, культурно-демографічний, психографічний.

Ознаки сегментації ринку покупців-підприємств: географічний, галузевий, за розміром, за системою організації закупівель, за обсягами замовлень.

Вибір найпривабливіших для підприємства сегментів ринку та стратегії охоплення ринку: недиференційований маркетинг, диференційований маркетинг, концентрований маркетинг.

### **5.11. Стратегії маркетингу підприємства**

Сутність стратегій маркетингу. Стратегічний аналіз стану підприємства

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	<i>Екземпляр № 1</i>	

на ринку. Ключові фактори успіху в бізнесі. Дерево цілей.

Поняття внутрішньої та зовнішньої конкурентної переваги. Варіанти поведінки підприємства на ринку залежно від конкурентної ситуації. Використання „SWOT”-аналізу для визначення позиції підприємства на ринку; оцінка конкурентоспроможності; вибір і застосування стратегії. Позиціонування підприємства на ринку з метою досягнення конкурентних переваг.

Розроблення стратегій маркетингу на основі визначення зростання ринку та відносної частки ринку (матриця БКГ), конкурентоспроможності та привабливості ринку.

Маркетингові стратегії підприємства щодо товару: диференціації (високої якості, комплексного продажу, фірмового товару, технічного лідерства), вузької спеціалізації, низьких витрат (використання нових технологій, відмова від дорогого сервісу, використання дешевої робочої сили, дешевої сировини та матеріалів). Маркетингові стратегії щодо ринку. Види стратегій, спрямованих на зміну ринку чи його частки (наступальні, оборонні та наступально-оборонні). Стратегічне та оперативне планування маркетингу.

#### **5.12. Організація та контроль маркетингової діяльності**

Сутність і завдання організації служби маркетингу на підприємстві. Принципи та умови ефективної діяльності служби маркетингу. Основні вимоги до побудови організаційних структур служб маркетингу, їх види, переваги і недоліки.

Характеристики, особливості та умови застосування функціональної, товарної, географічної, ринкової та матричної організаційної структури, їх спільні риси та відмінності.

Маркетинговий контроль: за виконанням річних планів, за відповідністю результатів діяльності підприємства обраній маркетинговій стратегії.

#### **5.13. Ефективність маркетингової діяльності**

Види ефективності маркетингової діяльності. Показники.

#### **5.14. Соціальний маркетинг. Його значення в умовах сьогодення**

Соціальні основи маркетингу. Концепція соціально-етичного маркетингу. Соціальна відповідальність бізнесу як форма соціального маркетингу.

#### **5.15. Маркетинг гостинності**

Сутність туристичного маркетингу. «Зелений» сільський туризм. Туристичний продукт та методи його продажу.

#### **5.16. Маркетингові війни**

Суть і принципи маркетингової війни. Стратегії та форми ведення маркетингових воєн. Засоби боротьби в маркетинговій війні. Підготовка до маркетингової війни.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	<i>Екземпляр № 1</i>	

## **5.17. Міжнародний маркетинг**

Сутність та роль міжнародного маркетингу в розвитку світової економіки. Сучасне середовище міжнародного маркетингу. Міжнародна конкуренція як основний фактор виникнення і розвитку міжнародного маркетингу. Характеристики сучасної міжнародної діяльності.

## **6. Навчальна дисципліна «Організація екскурсійної діяльності»**

### **6.1. Поняття екскурсійної діяльності, історія, етапи розвитку в Україні та світі**

У процесі вивчення даної теми необхідно звернути увагу на загальні питання, що стосуються основних понять екскурсійної діяльності, «екскурсознавства», «екскурсології», екскурсійної теорії, екскурсійної методики, екскурсійної практики, екскурсійного обслуговування, екскурсійних послуг, історії та етапів розвитку екскурсійної справи в Україні та світі.

### **6.2. Цілі та завдання екскурсії**

У процесі вивчення даної теми студенту необхідно розглянути поняття: екскурсія; екскурсія як процес пізнання; екскурсія як вид діяльності; екскурсія як форма спілкування; функції екскурсії; загальні та специфічні ознаки екскурсій, екскурсія як продукт.

### **6.3. Види та зміст екскурсії**

У процесі вивчення даної теми необхідно звернути увагу на такі питання: основні ознаки класифікації екскурсій; значення класифікації екскурсій; основні види екскурсій; класифікація екскурсій за змістом; особливості оглядової екскурсії; особливості тематичної екскурсії; класифікація тематичних екскурсій; класифікація та особливості виробничих екскурсій; класифікація та особливості мистецтвознавчих екскурсій; класифікація та особливості літературних екскурсій; класифікація та особливості архітектурно-містобудівничих екскурсій; класифікація екскурсій за кількістю учасників; класифікація екскурсій за місцем проведення та за способом руху; класифікація екскурсій за формою проведення, дитячі екскурсії, специфіка проведення екскурсій для дорослих.

### **6.4. Методичні прийоми показу та розповіді, їх поєднання під час екскурсії**

У процесі вивчення даної теми необхідно звернути увагу на такі питання: показ — основний елемент екскурсії, сутність показу; особливості показу в екскурсії; сутність розповіді, основні вимоги до розповіді; завдання розповіді на екскурсії; особливості розповіді на екскурсії; поєднання показу

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	<i>Екземпляр № 1</i>	

та розповіді в екскурсії; екскурсія як взаємодія трьох елементів: екскурсовода, об'єктів та екскурсантів.

### **6.5. Методика підготовки нової екскурсії**

У процесі вивчення даної теми необхідно звернути увагу на такі питання: три ступені підготовки нової екскурсії, схема екскурсії (вступ, основна частина, висновок); поняття "етапи підготовки екскурсії", етапи підготовки екскурсії: визначення мети та завдання, визначення теми, відбір літератури, визначення інших джерел екскурсійного матеріалу, відбір та вивчення екскурсійних об'єктів, складання картки об'єкта, види об'єктів, класифікація об'єктів, критерії оцінювання екскурсійних об'єктів, складання маршруту екскурсії, види маршруту, вимоги до маршруту, підготовка контрольного тексту екскурсії, вимоги та особливості контрольного тексту, поняття "портфель екскурсовода", складові "портфеля екскурсовода", визначення методики демонстрації наочного матеріалу на маршруті, визначення методичних прийомів проведення екскурсії: показу та розповіді, визначення техніки проведення екскурсії, складання методичної розробки екскурсії, складання індивідуального тексту екскурсії, техніка використання індивідуального тексту, захист екскурсії.

### **6.6. Технологія проведення екскурсії**

У процесі вивчення даної теми необхідно звернути увагу на такі питання: екскурсійна техніка; екскурсійна документація; розміщення групи біля об'єктів; вихід і повернення екскурсантів у транспортний засіб; пересування екскурсантів; місце екскурсовода під час екскурсії; дотримання часу, відведеного на екскурсію загалом і розкриття окремих підтем; техніка проведення розповіді під час руху транспорту; відповіді на запитання екскурсантів; паузи в екскурсії; техніка використання "портфеля екскурсовода"; дотримання елементів ритуалу.

### **6.7. Організація екскурсійних послуг на туристично-екскурсійних підприємствах**

У процесі вивчення даної теми необхідно звернути увагу на такі питання: екскурсійні послуги; організація екскурсійного обслуговування; форми організації екскурсійного обслуговування; сутність циклового екскурсійного обслуговування; екскурсія як самостійна послуга туристично-екскурсійного підприємства; якість обслуговування на туристично-екскурсійному підприємстві

### **6.8. Професійні вимоги, складові професії**

У процесі вивчення даної теми необхідно звернути увагу на такі

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	<i>Екземпляр № 1</i>	

питання: поняття "професійна майстерність екскурсовода"; практичні вміння та навички екскурсовода: поняття, класифікація, формування, використання в екскурсіях; мова екскурсовода та позамовні засоби спілкування; культура мови, її характеристика; види мови (зовнішня, внутрішня); стиль мови екскурсовода; техніка мови екскурсовода; мовний етикет, його вимоги та правила; дикція; позамовні засоби спілкування; міміка екскурсовода; жести екскурсовода; зовнішній вигляд екскурсовода, манери екскурсовода, культура поведінки екскурсовода та шляхи її формування.

### **6.9. Диференційований підхід до екскурсійного обслуговування.**

#### **Особливості проведення різних видів екскурсій**

У процесі вивчення даної теми необхідно звернути увагу на такі питання: диференційований підхід до екскурсійного обслуговування; аудиторія екскурсійна; особливості проведення різних видів екскурсій.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	Екземпляр № 1	Арк 37 / 40

### 3. Методичні рекомендації щодо підготовки та проведення атестаційного екзамену за фахом

Атестаційний екзамен за фахом складається студентами у кінці четвертого року навчання відповідно до навчального плану підготовки, наказу ректора університету та затвердженого календарного плану підготовки бакалаврів.

До складання атестаційного екзамену за фахом допускаються студенти, які у повному обсязі виконали вимоги навчального плану.

### 4. Критерії оцінки атестаційного екзамену

Атестаційний екзамен за фахом здійснюється у формі тестування (50 тестових завдань) з циклу професійних дисциплін. Кожне тестове завдання передбачає п'ять варіантів відповідей, серед яких необхідно обрати одну правильну (за кожен правильну відповідь – 2 бали).

Після проведення атестаційного екзамену за фахом екзаменаційна комісія оголошує результати. Загальна максимальна кількість балів на атестаційному екзамені за фахом – 100 балів.

#### Таблиця відповідності результатів контролю знань за різними шкалами та критерії оцінювання

За шкалою	Екзамен	Бали
A	Відмінно	90-100
B	Добре	82-89
C		74-81
D	Задовільно	64-73
E		60-63
FX	Незадовільно	35-59
F		0-34

### 5. Рекомендована література

#### Рекомендована література з дисципліни «Географія туризму»

1. Аріон О. В., Уліганець С. І. Географія туризму: навч.-метод. посіб. Київ : ВГЛ «Обрії», 2009. 172 с.

2. Бейдик О. О. Тлумачний словник термінів з рекреаційної географії (географії туризму). Київ : ВПЦ «Київ. ун-т», 1993. 56 с.

3. Бейдик О. О. Словник-довідник з географії туризму, рекреалогії та рекреаційної географії. Київ : Інститут туризму федерації профспілок України, 1998. 130 с.



Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	<i>Екземпляр № 1</i>	

4. Блій де. Г., Муллер П. Географія: світи, регіони, концепти; пер. з англ. ; передмова та розділ «Україна» О. Шаблія. Київ : Либідь, 2004. 740 с.
5. Кляп М. П., Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму : навч. посіб. Київ : Знання, 2011. 334 с. (Серія «Вища освіта ХХІ століття»)
6. Кузик С. П. Географія туризму: навч. посіб. Київ : Знання, 2011. 271 с.
7. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). Київ : Альтерпрес, 2002. 436 с.
8. Мальська М. П., Гамкало М. З., Бордун О. Ю. Туристичне країнознавство: Європа: навч. посібник для студ. вищ. навч. закл. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 224 с.
9. Масляк П. О. Рекреаційна географія : навч. посіб. Київ : Знання, 2008. 343 с.
10. Парфіненко А. Ю. Туристичне країнознавство: навч. посіб. Харків : Бурун Книга, 2009. 288 с.
11. Петринка Л. В. Географія туризму. Харків : Основа, 2011. 96 с.
12. Рутинський М. Й. Географія туризму України: навч.-метод. посіб. Львів : Фенікс, 2002. 107 с.
13. Смаль І. В. Основи географії рекреації і туризму: навч. посіб. Ніжин : Видавництво НДПУ ім. М. Гоголя, 2004. 264 с.
14. Смаль І. В. Туристичні ресурси світу. Ніжин : Вид-во Ніжин. держ. ун-ту ім. М. Гоголя, 2010. 336 с.
15. Стафійчук В. І. Рекреалогія : навч. посіб. 2-е вид. Київ : Альтерпрес, 2010. 264 с.

#### **Рекомендована література з дисципліни «Туристичне країнознавство»**

1. Безуглий В. В., Козинець С. В. Регіональна економічна та соціальна географія світу: посібник. Київ : Академія, 2003. 688 с.
2. Дахно І. І. Країни світу: енцикл. довід. Київ : МАПА, 2004. 608 с.
3. Дубович І. А. Країнознавчий словник-довідник. Київ : Знання, 2008. 839 с.
4. Країнознавство: підручник / Головченко В.І., Дорошко М.С., Ігнат'єв П.М., Кравчук О.А., Кривонос Р. А., Крижанівський В.П., Сербіна Н.Ф.; за заг. ред. Крижанівського В.П., Головченка В.І. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2008. 658 с.
5. Країнознавство : теорія та практика : підручник / Мальська М. П., Антонюк Н. В., Занько Ю. С., Ганич Н. М. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 528 с.
6. Лісничий В. В. Політичні та адміністративні системи зарубіжних

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	Екземпляр № 1	
		Арк 37 / 42

країн : навч. посіб. Київ: Профос, 2004. 336 с.

7. Мальська М. П., Бордун О. Ю., Гамкало М. З. Туристичне країнознавство. Азія та Океанія : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 184с.

8. Мальська М. П., Гамкало М. З., Бордун О. Ю. Туристичне країнознавство. Європа : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 224 с.

9. Мальська М. П., Гаталяк О. М. Туризм у містах : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 224 с.

10. Масляк П. О. Країнознавство : підручник. Київ : Знання, 2008. 292 с.

11. Парфіненко А. Ю. Туристичне країнознавство : навч. посібник. Харків : Бурун-книга, 2009. 288 с.

12. Семенов В. Ф. Туристичне країнознавство : підручник. Одеса : Атлант, 2010. 340 с.

13. Теоретичні основи країнознавства : підручник / Н. В. Антонюк, М. П. Мальська, Ю. С. Занько, Н. М. Ганич. Київ : Знання, 2011. 326 с.

14. Туристичне країнознавство : навч. посіб. / В. І. Стафійчук, О. Ю. Малиновська. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2020. 808 с.

15. Туристичне країнознавство : підручник / А. Ю. Парфіненко, В. І. Сідоров, О. О. Любщева. Київ : Знання, 2015. 551 с.

16. Юрківський В. М. Регіональна економічна і соціальна географія: Зарубіжні країни. Київ : Либідь, 2001. 416 с.

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

1. Білецька Г.А. Рекреаційне природокористування: навч. посіб. / Г.А. Білецька. Львів: «Новий Світ 2000», 2013. 149 с.

2. Величко В.В. Організація рекреаційних послуг: навч. посібник / В.В. Величко; Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О.М. Бекетова. Х.: ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2013. 202 с.

3. Замкова А.В., Гусєва О.В. Рекреалогія: конспект лекцій з дисципліни. Частина I Одеса: ОДЕУ, 2010 р. 76 с.

4. Замкова А.В., Гусєва О.В. Рекреалогія: конспект лекцій з дисципліни. Частина II Одеса: ОДЕУ, 2012 р. 80 с.

5. Основи рекреалогії (економіко-екологічний та маркетинговий аспект): навч. посіб. / І.О. Гродзинська, С.Г. Нездоймінов, О.В. Гусєва, А.В. Замкова. К. : «Центр учбової літератури», 2014. 264 с.

6. Стафійчук В. І. Рекреалогія: навч. посіб. 2-е вид. К.: Альтерпрес, 2008. – 264 с.

7. Стафійчук В.І. Рекреалогія. Навчальний посібник. 2-е вид К.: Альтерпрес, 2008. 264 с.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	Екземпляр № 1	Арк 37 / 43

### **Рекомендована література з дисципліни «Організація туризму»**

1. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Зелена Буковина, 2003. 312 с.
2. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму : підручник. Київ : Знання, 2010. 502 с.
3. Любіцева О. О. Методика розробки турів : навч. посіб. Київ: Альтерпрес, 2003. 104 с.
4. Організація туризму : підруч. / І. М. Писаревський, С. О. Погасій, М. М. Покоłodна та ін.; за ред. І. М. Писаревського. Харків : ХНАМГ, 2008. 541 с.
5. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії / за ред. проф. І. М. Школи. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. 662 с.

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

1. Забалдіна Ю. Б. Маркетинг туристичного підприємства: навч. посіб. Київ : Музична Україна, 2002. 196 с.
2. Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес : теорія та практика: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури , 2007. 424 с.
3. Маркетинг туризму : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів: у 2 ч. / Г. Б. Мунін та ін. Київ : Європейський ун-т. Ч. 1. Київ : [б.в.], 2005. 324 с.
4. Маркетинг туризму : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів: у 2 ч. / Г. Б. Мунін та ін. Київ : Європейський ун-т. Ч. 2. Київ : [б.в.], 2005. 427 с.
5. Правик Ю. М. Маркетинг туризму : підруч. Київ : Знання, 2008. 303 с.
6. Кудла Н. Є. Маркетинг туристичних послуг : навч. посіб. Київ : Знання, 2011. 351 с.
7. Смирнов І. Г. Маркетинг у туризмі: навч. пос. Київ : КНУ імені Тараса Шевченка, 2016. 251 с.

### **Рекомендована література з дисципліни «Організація екскурсійної діяльності»**

1. Бабарицька В. Екскурсознавство і музеєзнавство: навч. посіб. 2-ге, перероб. і доп. Київ: Альтерпрес РА, 2012. 444 с.
2. Галасюк С.С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 178 с.
3. Зінченко В.А. Екскурсологія як туризмологічна наука. Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Серія :

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	<i>Екземпляр № 1</i>	

філософські науки. – Київ, 2010. Вип. 8. С. 211–223.

4. Король О. Д. Організація екскурсійних послуг у туризмі : навч.-метод. посіб. Чернівці: Чернівецький національний університет, 2016. 144 с.

5. Покоłodна 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.

6. Organisation of Tour Guiding: навч. посіб. для студентів спеціальності 242 «Туризм» першого (бакалаврського) рівня: Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2020. 236 с.

7. Akhmedova O. O. Problems of managing workforce in the hospitality and tourism industries // Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика: матеріали Міжн. наук.-практ. конф., м. Харків, 29-30 березня 2018 року. Харків: Видавництво «НТМТ», 2018. С. 191-194.

8. Ap J. Case study on tour guiding: professionalism, issues and problems / J. Ap, K. Wong. Tourism Management. 2001. 22. P. 551-563.

9. Chang Kuo-Chien. Examining the Effect of Tour Guide Performance, Tourist Trust, Tourist Satisfaction, and Flow Experience on Tourists' Shopping Behavior / Kuo-Chien Chang // Asia Pacific Journal of Tourism Research. 2012. Volume 12. P. 3–27.

10. Lola Y. Influence of the Country's Information Development on Its Tourist Attractiveness / Y. Lola, S. Prokopovich, O. Akhmedova // 15th International Conference on ICT in Education, Research and Industrial Applications. Integration, Harmonization and Knowledge Transfer. Kherson, Ukraine. 2019. June 12-15. P. 449-463.

11. Всеукраїнська Асоціація Гідів. Режим доступу: <https://uaguides.com>.

12. Національна туристична організація України. Режим доступу: [http://www.ntoukraine.org/index\\_ua.html](http://www.ntoukraine.org/index_ua.html).

13. Положення про порядок видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу фахівцям туристичного супроводу № 1344/9943 від 20 жовтня 2004 року Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1344-04>.

14. Туристичні послуги. Вимоги до професійної підготовки та кваліфікаційних програм для гідів. «Про прийняття нормативних документів України, гармонізованих з міжнародними та європейськими нормативними документами, та скасування нормативних документів». Наказ від 11 серпня 2016 року № 236. Режим доступу: <http://online.budstandart.com>.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.02/242.00.1/ОК 37-2022
	<i>Екземпляр № 1</i>	<i>Арк 37 / 45</i>

15. European federation of tourist guide associations Access mode:  
<http://www.feg-touristguides.com>.

16. World Federation of Tourist Guide Associations Access mode:  
<http://www.wftga.org>.

17. World Tourism Organisation. UNWTO Access mode:  
<http://www2.unwto.org>.