

ПРОЄКТ

**ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ
«ЕКОНОМІКО-ПРАВНИЧИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
ЗАПОРІЗЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ»**

ЗАТВЕРДЖЕНО

МЕТОДИЧНОЮ РАДОЮ КОЛЕДЖУ

Протокол №__від_____2026

ГОЛОВА ОЛЕНА ГРИБАНОВА

ЗАТВЕРДЖЕНО

ВЧЕНОЮ РАДОЮ ЗНУ

Протокол №__від_____2026

РЕКТОР ГАЛИНА ШИЛО

**ПРОГРАМА
КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ІСПИТУ**

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ: 242 ТУРИЗМ І РЕКРЕАЦІЯ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА: ТУРИСТИЧНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ

ФОРМА ЗДОБУТТЯ ОСВІТИ: ДЕННА

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНИЙ СТУПІНЬ: ФАХОВИЙ МОЛОДШИЙ БАКАЛАВР

ЗАТВЕРДЖЕНО НА ЗАСІДАННІ ЦИКЛОВОЇ КОМІСІЇ

ТУРИЗМУ ТА ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ

Протокол №__від_____2026

ГОЛОВА ЦИКЛОВОЇ КОМІСІЇ

Ольга ЛІТВІНОВА-ГОЛОВАНЬ

ЗАПОРІЖЖЯ, 2026

ЗМІСТ

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА	3
II. СТРУКТУРА ЕКЗАМЕНАЦІЙНОГО БІЛЕТА ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ	4
III. СТРУКТУРА ПРОГРАМИ.....	8
IV. КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ.....	19
V. ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	22

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Програма кваліфікаційного іспиту підготовлена відповідно до стандарту фахової передвищої освіти підготовки фахового молодшого бакалавра зі спеціальності 242 туризм і рекреація, галузі знань 24 сфера обслуговування та освітньо-професійної програми «Туристичне обслуговування». Розділи програми підготовлені на основі програм дисциплін, що увійшли до складу кваліфікаційного іспиту.

Мета кваліфікаційного іспиту – виявлення готовності здобувачів освіти спеціальності 242 туризм і рекреація до виконання певного виду професійної діяльності та сформованість у них компетентностей, зазначених у вимогах освітньо-професійної програми підготовки.

Завдання кваліфікаційного іспиту – це комплексна перевірка й оцінка набутих фахових компетентностей здобувачами освіти випускного курсу спеціальності 242 туризм і рекреація освітньо-професійного ступеня фаховий молодший бакалавр.

Форма іспиту: змішана. Кваліфікаційний іспит передбачає комп'ютерне тестування з теоретичного матеріалу та практичну частину. Тестові та ситуаційні завдання побудовані на основі фахової проблематики, рішення якої у колі компетентностей фахового молодшого бакалавра за спеціальністю 242 туризм і рекреація.

Згідно ОПП програма кваліфікаційного іспиту включає **4 дисципліни** з циклу професійної та практичної підготовки:

1. Іноземна мова (англійська).
2. Технологія і організація туристичного обслуговування.
3. Географія туризму.
4. Основи менеджменту та маркетингу в туризмі.

Кваліфікаційний іспит з дисциплін проводиться в **два етапи**:

I етап передбачає виконання різнорівневих тестових завдань з усіх дисциплін кваліфікаційного іспиту.

II етап. Практична частина містить міждисциплінарні комплексні ситуаційні завдання, розроблені у відповідності із стандартом фахової передвищої освіти спеціальності 242 туризм і рекреація.

Розділи програми підготовлені на основі робочих програм освітніх компонентів, що увійшли до складу кваліфікаційного іспиту.

При підготовці до кваліфікаційного іспиту здобувачам освіти рекомендується користуватися літературою, список якої наведено в V розділі програми.

II. СТРУКТУРА ЕКЗАМЕНАЦІЙНОГО БІЛЕТА ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Здобувачі освіти, що атестуються, мають продемонструвати базовий рівень знань, розуміння теоретичного та практичного змісту специфіки, необхідної для роботи у якості фахівця з туристичного обслуговування та подальшого навчання в закладах вищої освіти, рівень сформованості компетентностей, зазначених у вимогах освітньо-професійної програми туристичне обслуговування підготовки фахових молодших бакалаврів спеціальності 242 туризм і рекреація.

Екзаменаційний білет складається з двох частин:

I частина білету – тестові завдання різних рівнів складності, що виконуються в системі електронного забезпечення навчання Moodle. Загальна кількість тестових завдань в екзаменаційному білеті – 100 шт: 70 – 1-го рівня складності, 30 – 2-го рівня. Кожне тестове питання оцінюється в 0,5 бала. Загальна кількість балів за I частину – 50. Час виконання – 100 хвилин.

Тести мають порядок випадкових питань, що забезпечує наявність в екзаменаційному тесті питань з кожної дисципліни. Тестові завдання мають продемонструвати рівень володіння теоретичними знаннями. Кількість тестових питань з кожної дисципліни наведені в Таблиці 1.

II частина білету. Виконання 2 ситуаційних завдань:

1. З дисципліни «Іноземна мова (англійська)». Загальна кількість балів – 20.

2. З дисциплін «Технологія та організація туристичного обслуговування», «Географія туризму», «Основи менеджменту та маркетингу в туризмі». Загальна кількість балів – 30

Час виконання – 40 хвилин:

20 хвилин – це підготовка відповіді по ситуації, що забезпечує демонстрацію знань з дисципліни «Іноземна мова (англійська)»;

20 хвилин – підготовка відповіді по міждисциплінарній комплексній фаховій ситуації, що передбачає демонстрацію власних розумінь технологічних процесів та здатність прийняття обґрунтованих професійних рішень.

Структура другої частини білету та шкала розподілу балів за типами завдань подано у Таблиці 1.

Зміст та шкала розподілу балів за типами завдань у білеті

№	Завдання	Максимальна кількість балів
I частина		
1	Тестові питання з дисципліни «Іноземна мова (англійська)». Кількість тестових питань – 20: 15 1-го рівня і 5 2-го рівня. Одне тестове питання оцінюється в 0,5 бала.	10
2	Тестові питання з дисципліни «Технологія і організація туристичного обслуговування». Кількість тестових питань – 30: 20 1-го рівня і 10 2-го рівня. Одне тестове питання оцінюється в 0,5 бала.	15
3	Тестові питання з дисципліни «Географія туризму». Кількість тестових питань – 30: 20 1-го рівня і 10 2-го рівня. Одне тестове питання оцінюється в 0,5 бала.	15
4	Тестові питання з дисципліни «Основи менеджменту та маркетингу в туризмі». Кількість тестових питань – 20: 15 1-го рівня і 5 2-го рівня. Одне тестове питання оцінюється в 0,5 бала.	10
II частина		
1	Усна відповідь англійською мовою за поданою темою з дисципліни «Іноземна мова (англійська)». Повнота та відповідність змісту заданій темі (до 5 балів) Лексична компетентність та використання професійної термінології (до 5 балів) Граматична правильність мовлення (до 4 балів) Вимова та вільність мовлення (до 3 балів) Комунікативна компетентність, здатність відповідати на додаткові запитання (до 3 балів)	20
2	Ситуаційне комплексне завдання з дисциплін “Технологія і організація туристичного обслуговування”, “Географія туризму”, “Основи менеджменту та маркетингу в туризмі” Теоретичне розкриття понять (до 5 балів) Опис технологій та процесів (до 10 балів) Обґрунтування логіки прийнятого рішення по ситуаційному завданню (до 15 балів)	30
Всього		100

Інтегральна шкала оцінок встановлює взаємозв'язки між рейтинговими показниками і шкалами оцінок.

А – 90 – 100 (відмінно)

1. Студент надав понад 90% правильних відповідей з тестових завдань.
2. Терміни й поняття які мають місце в ситуаційному завданні розкриті повністю.
3. Чітко описана логіка процесу який передбачено в ситуаційному завданні і операції які необхідні для виконання.
4. Рішення повністю логічно обгрунтоване, аргументи чіткі, послідовні, враховані всі умови ситуації.
5. Тема розкрита повністю. Вільне, логічне мовлення, широкий словниковий запас, правильна граматики і вимова, впевнені відповіді на запитання.

В – 85 - 89 (добре)

1. Студент надав понад 84-90% правильних відповідей з тестових завдань.
2. Терміни й поняття які мають місце в ситуаційному завданні розкриті повністю.
3. Чітко описана логіка процесу який передбачено в ситуаційному завданні і операції які необхідні для виконання
4. Рішення логічне та аргументоване, але є незначні неточності або пропущені другорядні умови.
5. Тема розкрита майже повністю. Мовлення логічне, словниковий запас достатній, незначні помилки, загальне розуміння не порушене

С – 75 - 84 (добре)

1. Студент надав понад 76 - 83% правильних відповідей з тестових завдань.
2. Терміни й поняття які мають місце в ситуаційному завданні розкриті не повністю.
3. Опис процесу, який передбачений в ситуаційному завданні і операції які необхідні для виконання не мають чіткої логіки.
4. Рішення загалом правильне, аргументи зрозумілі, проте частина умов врахована поверхово або не до кінця.
5. Тема розкрита частково. Мовлення зрозуміле, але менш логічне, обмежений словниковий запас, помилки трапляються регулярно.

D – 70 - 74 (задовільно)

1. Студент надав понад 68 - 75% правильних відповідей з тестових завдань.
2. Терміни й поняття які мають місце в ситуаційному завданні розкриті не повністю.
3. Опис процесу, який передбачений в ситуаційному завданні і операції які необхідні для виконання не мають чіткої логіки.
4. Є логіка та спроба обгрунтування, але аргументи частково суперечливі чи неповні; важливі умови ситуації враховані частково.
5. Тема розкрита фрагментарно. Мовлення повільне, багато помилок, вимова неточна, труднощі з відповідями на запитання.

Е – 60 - 69 (задовільно)

1. Студент надав понад 60 - 68% правильних відповідей з тестових завдань.
2. Терміни й поняття які мають місце в ситуаційному завданні розкриті не повністю.
3. Опис процесу, який передбачений в ситуаційному завданні і операції які необхідні для виконання не мають чіткої логіки.

4. Рішення частково правильне, логіка слабка, аргументи непослідовні; значна частина умов не врахована.

5. Мінімальне розкриття теми. Дуже обмежений словниковий запас, численні помилки, слабка вимова.

FX – 0 – 59 (незадовільно)

1. Студент надав менше 55% правильних відповідей з тестових завдань.

2. Терміни й поняття які мають місце в ситуаційному завданні не розкриті.

3. Відсутній опис процесу, який передбачений в ситуаційному завданні і операції які необхідні для виконання.

4. Відповідь формальна, без достатнього логічного обґрунтування; рішення випадкове або майже не відповідає умовам завдання.

5. Тема не розкрита. Зв'язне мовлення відсутнє, значні граматичні та фонетичні помилки, відповіді на запитання відсутні.

Загальна кількість балів обчислюється в результаті складання балів, отриманих студентом під час екзамену. Оцінка виставляється за національною та європейською шкалами за такою системою:

За шкалою ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою
		<i>Екзамен</i>
A	90 – 100 (відмінно)	відмінно
B	85 – 89 (дуже добре)	добре
C	75 – 84 (добре)	
D	70 – 74 (задовільно)	задовільно
E	60 – 69 (достатньо)	
FX	35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	незадовільно
F	1 – 34 (незадовільно – з обов'язковим повторним курсом)	

III. СТРУКТУРА ПРОГРАМИ

1. *Іноземна мова (англійська)*

Іноземна мова професійно-комунікативної спрямованості спрямована на розвиток практичних навичок іншомовного професійного спілкування студентів у типових ситуаціях майбутньої діяльності у сфері туризму. Основна увага приділяється формуванню вмінь вести професійний діалог, консультовати клієнтів, презентувати та просувати туристичний продукт, здійснювати бронювання туристичних послуг, використовувати техніки продажу та ефективно взаємодіяти з туристами.

Окремо розглядаються теми, пов'язані з професійною діяльністю туристичного агента. Студенти вчаться характеризувати функції та обов'язки турагента, використовувати професійну лексику під час спілкування з клієнтами, з'ясовувати їхні потреби, пропонувати відповідні туристичні продукти та застосовувати основні техніки продажу. Значна увага приділяється системі бронювання та різним видам резервації, що дає змогу моделювати ситуації бронювання туристичних послуг англійською мовою.

Важливим напрямом є вивчення особливостей роботи представника туристичної компанії на курорті (holiday rep). Студенти розглядають його професійні обов'язки, особливості взаємодії з туристами та роль у забезпеченні якісного туристичного обслуговування. Практичні завдання передбачають моделювання ситуацій, у яких студент виконує роль туристичного агента або представника туристичної компанії, надає інформацію, відповідає на запитання клієнтів та вирішує типові професійні ситуації.

Також розглядаються види туристичних продуктів і відпочинку, особливості туристичного розміщення, професії в туристичній індустрії, роль реклами та просування туристичних послуг. Окрема увага приділяється професійній комунікації в нестандартних та кризових ситуаціях, зокрема особливостям функціонування туристичної галузі в умовах карантинних обмежень.

Практична складова дисципліни передбачає проведення професійних діалогів, рольових ігор, моделювання ситуацій «туристичний агент — клієнт», підготовку презентацій туристичних продуктів, відпрацювання технік продажу та бронювання, надання консультацій щодо туристичних послуг. Це сприяє формуванню здатності використовувати англійську мову як практичний інструмент професійного спілкування у сфері туризму.

1. Tell me about the advantages and disadvantages of travelling.
2. Tell me about careers in tourism.
3. Describe the ways of Ukrainian tourism development.
4. Describe the ways of Zaporizhzhya tourism development.
5. Speak on the ways of travel and express your point of view on the problem.
6. Tell me about tourism features and attractions in Zaporizhzhya region.
7. Tell about one of the best hotels in Zaporizhzhya.
8. Explain the role of ways of water travelling in Zaporizhzhya region.
9. Tell about attractions in our region for foreigners.
10. Speak about the ways of travelling in Zaporizhzhya region.

11. Tell about the types of accommodation.
12. What are the main reasons for travel?
13. Tell about the different types of travelling.
14. Tell about tourism in your own country.
15. Find all the pros and cons of travelling.
16. Tell about the different types of reservation.
17. Speak up about your future profession as a travel agent.
18. Explain the role of a travel agent in tourism.
19. Speak up about your future profession as a holiday rep.
20. Explain the role of promotion in tourism.
21. Tell about travel agent's selling techniques.
22. Tell about different types of jobs in travel industry.
23. Explain the difference between several types of holidays.
24. Tell about the importance of holiday rep's job.
25. Speak about tourism in quarantine.
26. Describe the reservation system.
27. Tell about the promotion in the travel industry.
28. Tell about the types of holidays.
29. Imagine that you are a holiday rep. What will be your duties?
30. Tell about tourist accommodation.

2. Технологія і організація туристичного обслуговування

Особливості ліцензування туроператорів в туристичній діяльності. Сертифікація в сфері туристичної діяльності, її мета та види. Стандартизація в туризмі та стандарти туристичного обслуговування. Регулювання туристської діяльності на світовому рівні, мета і основні завдання: міжнародні документи, що регулюють туристичну діяльність. Міжнародні організації, які координують світову туристичну індустрію, зокрема ВТО. Туристські формальності в Україні: види, поняття і зміст. Туристське підприємство як суб'єкт господарювання: організаційні засади створення туристського підприємства.

Туристичний продукт: класифікація туристичного продукту по певних ознаках. Властивості турпродукту, єдині вимоги до турпродукту. Турпакет: сутність, поняття, основні характеристики. Технологічний процес виробництва туристичного продукту: етапи створення туристичного продукту. Види та класифікація турів. Програма туристичного обслуговування: види програмних заходів та їх характеристика. Складові турпакета при формуванні основного та додаткового набору послуг. Споживчі властивості туру за типологією туристів та класифікацією груп клієнтів. Шкала потреб клієнтів: класи та рівні обслуговування.

Документальний супровід туру: перелік технологічної документації, що забезпечує процеси вибору маршрутів та формування турів. Технологічні процеси просування, реалізації та споживання туристичного продукту: експериментальна перевірка туру, рекламні тури та стаді-тури (інфо-тури). Туристичні інформаційні документи. Документи, що обслуговують процес організації туру, їх види: листи бронювання; інформаційні листи; листи-замовлення та листи-підтвердження обслуговування.

Основні організаційні та технологічні вимоги до офісу туристського

підприємства і і професійних стандартів працівників туристичної фірми. Види підприємств-організаторів туризму, принципи організації діяльності. Організація агентського бізнесу та головні аспекти турагентської діяльності. Туристський оператор: класифікація туроператорів та їх функції. Класифікація партнерських угод в галузі туризму і типова форма (зміст договору, угоди) про співробітництво.

Технологія співпраці з постачальниками туристичних послуг: з готелями, санаторно-курортними комплексами та іншими засобами розміщення туристів. Особливості співпраці туроператора з транспортними компаніями: порядок взаємодії туристичних і транспортних підприємств.

Інформаційні системи автоматизації діяльності організацій туристичного бізнесу: прикладні програми по формуванню та реалізації туристичного продукту: «Amadeus», «Gabriel», «World Span», «Sabre».

1. Основні організаційні та технологічні вимоги до офісу туристського підприємства і і професійних стандартів працівників туристичної фірми.

2. Види підприємств-організаторів туризму, принципи організації діяльності.

3. Технологічні процеси просування, реалізації та споживання туристичного продукту: експериментальна перевірка туру, рекламні тури та стаді-тури (інфо-тури).

4. Складові турпакета при формуванні основного та додаткового набору послуг.

5. Якість послуг та культура обслуговування клієнтів туристичної фірми.

6. Види страхування в туризмі та обов'язкові види страхування.

7. Міжнародні організації, які координують світову туристичну індустрію, зокрема ВТО.

8. Регулювання туристської діяльності на світовому рівні, мета і основні завдання: міжнародні документи, що регулюють туристичну діяльність.

9. Процес розробки туру та організаційно-технічні заходи по забезпеченню туру.

10. Поняття класифікації туристичних послуг: основні і додаткові та їх сполучення в програмі перебування.

11. Визначення понять «митні формальності», «митний догляд», «митна декларація» та правила ввозу в Україну та вивозу з України речей і товарів.

12. Перелік вимог до елементів, що формують безбар'єрний простір туристичної інфраструктури для осіб з інвалідністю

13. Поняття і сутність інформаційних технологій (ІТ) в туризмі. Переваги впровадження в діяльність туристичної компанії інформаційних технологій

14. Документальний супровід туру: перелік технологічної документації, що забезпечує процеси вибору маршрутів та формування турів.

16. Споживчі властивості туру за типологією туристів та класифікацією груп клієнтів. Шкала потреб клієнтів: класи та рівні обслуговування.

17. Поняття – автоматизоване робоче місце менеджера в туристичній сфері. Його технічне та програмне оснащення.

19. Технологія співпраці з постачальниками туристичних послуг: з готелями, санаторно-курортними комплексами та іншими засобами розміщення туристів.

20. Організація агентського бізнесу та головні аспекти турагентської діяльності.

21. Документи, що обслуговують процес організації туру, їх види: листи бронювання; інформаційні листи; листи-замовлення та листи-підтвердження обслуговування.

22. Перелік основних вимог до оформлення офісу та набору персоналу туристичного підприємства.
23. Етапи та умови створення туристичного підприємства.
24. Сертифікація в сфері туристичної діяльності, її мета та види.
25. Програма туристичного обслуговування: види програмних заходів та їх характеристика.
26. Стандартизація в туризмі та стандарти туристичного обслуговування.
27. Туристський оператор: класифікація туроператорів та їх функції.
28. Турпакет: сутність, поняття, основні характеристики.
29. Споживчі властивості туру за типологією туристів та класифікацією груп клієнтів.
30. Класифікація партнерських угод в галузі туризму і типова форма (зміст договору, угоди) про співробітництво.

3. Географія туризму

Вступ до географії туризму та інновації UN Tourism. Предмет і дефініції (макрорегіон, простір, дестинація, «магніт»); місія та ребрендинг UN Tourism; застосування III й Big Data у прогнозуванні потоків; сталий розвиток (*Recipe of Change, Best Tourism Villages*) та безпековий трек *Safe Destinations*.

Географічні особливості та туристично-рекреаційний потенціал Єгипту. ЕГП на стику материків, Близькосхідний макрорегіон UN Tourism та цілорічна сезонність; туристичний простір Синайського (Шарм-ель-Шейх, Дахаб, Таба, Синайський штамп) та Африканського (Хургада, Ель-Гуна, Марса-Алам) узбережжів; порівняльний аналіз готельних баз, специфіка «All Inclusive» та логістика маршрутів до Каїра й Луксора.

Просторовий розвиток та туристичні мегапроекти країн Перської затоки. Трансформація економік ОАЕ, Саудівської Аравії та Катару; роль хабової авіації (Emirates, Qatar, Etihad); спеціалізація еміратів (Дубай, Абу-Дабі, Рас-ель-Хайма); стратегія *Saudi Vision 2030* (NEOM/The Line) і спадщина Мундіалю в Катарі; готельні стандарти, смарт-навігація та географія ісламського паломництва (Мекка, Медіна).

Пляжний та рекреаційний простір Південної Європи. Середземноморський хаб UN Tourism та літня сезонність; курорти материкової та острівної Іспанії (Балеари, Канари) й екскурсійний потенціал міст; геопросторова організація туризму в Італії (Адріатика, Тірренське море, острови); логістика материкової та острівної Греції (Крит, Родос, Корфу); європейська модель гостинності (BB, HB, міські готелі), міські податки й візові правила.

Культурно-пізнавальний та екскурсійний туризм Західної та Північної Європи. ТРС Західної Європи, об'єкти ЮНЕСКО та мегаполіси-дестинації (Париж, Берлін, Лондон, Амстердам); проектування автобусних і комбінованих маршрутів, стандарти безпеки й екологічні зони (*Low Emission Zones*); потенціал Скандинавії та Фінляндії, круїзи фіордами; морфологія міських готелів, швидкісні потяги та лоукостери; географія подієвого й ділового (MICE) туризму.

Курортний потенціал та індустрія зимового й SPA-туризму в Європі. Альпійський рекреаційний макрорегіон (Австрія, Франція, Італія), висотна зональність та інфраструктура *Apres-ski* й *Ski-pass*; гірськолижні центри Центрально-Східної Європи (Закопане, Ясна) та типи розміщення (*шалє, Ski-in/Ski-out*);

бальнеологічні ресурси Чехії (Карлові Вари), Словенії та Угорщини як термального хабу (Будапешт, Хевіз, Хайдусобосло); проектування SPA- та *Wellness*-турів.

Курортний, культурний та духовний туризм Південно-Східної Азії. Положення регіону в структурі UN Tourism, релігійна й гастрономічна автентичність; мусонні цикли, диференціація сезонів та вплив на ціноутворення; ТРС Таїланду (Пхукет, Паттайя, Самуї, Бангкок); просторова модель острова Балі (пляжні хаби та духовний центр Убуд); міжконтинентальна логістика, транзитні авіахаби, етикет азійського сервісу, ізолювані засоби розміщення та концепція харчування ВВ.

Культурно-технологічний, діловий та екологічний туризм Східної Азії та Океанії. Східна Азія в системі MICE-туризму (Пекін, Шанхай, Токіо, Сеул); синергія стародавньої спадщини з техно-туризмом та поп-культурою (*anime*, *K-pop*), надшвидкісні потяги (*Shinkansen*, *KTX*); туристичні ресурси КНР, потенціал Гонконгу, Макао та Хайнаню; ізолюваність Океанії та елітна модель туризму Австралії й Нової Зеландії; авіалогістика через лінію зміни дат, біомітний контроль та цифрові ШІ-додатки подолання мовного бар'єра.

Преміум-резорти та острівна екзотика Індійського океану. Мальдіви: модель «один острів — один курорт», архітектура *Water Villas*, диференціація з *Local Islands*, гідро- й авіалогістика через Мале; Шрі-Ланка: комбінований екскурсійно-пляжний продукт (Культурний трикутник, Нуvara-Елія) та сезонність узбережжів; Маврикій: високобюджетний центр весільного й гольф-туризму; екологічний менеджмент антропогенного навантаження (стандарти UN Tourism, GSTC, заборони й штрафи).

Етнокультурний та сафарі-туризм в Африканському макрорегіоні. Структура континенту за класифікацією UN Tourism та інтеграція програми *Best Tourism Villages*; дестинації Магрибу (Марокко, Туніс), імперські міста, таласотерапія та екскурсії Сахараю; сафарі-туризм Східної Африки (Кенія, Танзанія), парки Серенгеті, Масаї-Мара, логістика «Великої п'ятірки» та велика міграція тварин; рекреація острова Занзібар (Стоун-Таун); потенціал ПАР; санітарно-епідеміологічний контроль та вакцинація.

Карибський All Inclusive та екотуризм Центральної Америки. Карибський рекреаційний басейн у системі UN Tourism та роль туризму у ВВП острівних держав; сезонність ураганів та страхування ризиків; курортні системи Домініканської Республіки (Пунта-Кана, Ла-Романа) й «Карибський All Inclusive»; готельні мережі Куби (Варадеро, Кайо-Коко) та екскурсійний потенціал Гавани; просторова організація Юкатан (Канкун, Рив'єра-Майя, сеноти, парки Шкарет); спадщина Майя й Ацтеків (Чичен-Іца, Тулум) та електронні системи авторизації.

Розважальний, діловий та подієвий туризм Північної та Південної Америки. Туризм Англо-Америци (США, Канада); мегаполіси MICE-туризму (Нью-Йорк, Торонто); тематичні парки Орlando та гральний урбанізм Лас-Вегаса; охорона природи й екотуризм на базі національних парків (Єллоустоун, Гранд-Каньйон, Банф), система пермітів; пригодницький та археологічний туризм у Південній Америці (Анди, Амазонія, Мачу-Пикчу, Ігуасу); фінансовий ефект Карнавалу в Ріо та динамічне ціноутворення готелів; транскордонна логістика й візові формальності.

Географія та логістика міжнародного морського круїзного туризму. Круїзний ринок за даними UN Tourism; модель «лайнер як автономна дестинація»; концентрація ринку та диференціація ТНК (*Carnival*, *Royal Caribbean*, *MSC*); районування та сезонність акваторій (Кариби, Середземномор'я, Перська затока, фіорди, Аляска, Антарктика); круїзний пакет, типи кают, бортова інфраструктура

розваг та ШІ-рішення; логістичне проектування маршрутів (транзитні порти, таймінг), портові й сервісні збори; правове регулювання, 24/48-годинний безвізовий транзит та паспортний контроль.

Геопросторові трансформації туризму в Україні та практика підбору турів через європейські хаби. Структурні зміни ТРС України в умовах військово-політичних ризиків, безпекова мапа ДАРТ та концентрація попиту на Заході й у Центрі; характеристика ТРС Заходу України: гірськолижний (Буковель, Славське) та бальнеологічний (Трускавець, Східниця, Поляна) сегменти; моделювання транскордонних маршрутів через європейські авіахаби Польщі (Варшава, Краків, Жешув), Молдови (Кишинів), Румунії (Бухарест) та Угорщини (Будапешт); туropерейтинг, пошукові агрегатори (*IT-Tour*) та автоматизація за допомогою ШІ; методика клієнт-менеджменту: збір анамнезу потреб, покрокова калькуляція індивідуальних турів, перевірка візових і паспортних формальностей та цифрова візуалізація DESTINATION.

1. Поняття про географію туризму як науку а також визначення основних термінів туристичний простір, DESTINATION та «туристичний магніт».
2. Географічний поділ світу на туристичні макрорегіони та субрегіони згідно з офіційною класифікацією організації ООН Туризм.
3. Історія розвитку та сучасна роль організації ООН Туризм у регулюванні міжнародних туристичних потоків після її ребрендингу.
4. Цифрові технології в географії туризму а також використання штучного інтелекту й Big Data для управління великими туристичними потоками та боротьби з овертуризмом.
5. Принципи сталого розвитку в туризмі та географічні особливості реалізації екологічних програм для сільських територій.
6. Вплив глобальних криз на безпеку подорожей а також сучасні географічні критерії безпеки DESTINATION та впровадження безпекових технологій.
7. Економіко-географічне положення Єгипту на стику двох материків та особливості його приналежності до Близькосхідного макрорегіону.
8. Особливості географічного положення та рекреаційна спеціалізація курортів Синайського й Африканського узбережжів Червоного моря в Єгипті.
9. Екскурсійна логістика, правила безпеки та розрахунок часу руху на маршрутах від узбережжя до головних історичних центрів Єгипту.
10. Географічні чинники та передумови перетворення країн Перської затоки на світові туристичні центри преміум-класу.
11. Роль великих міжнародних авіахабів та вплив кліматичної сезонності на розвиток туризму в країнах Перської затоки.
12. Географічне положення та рекреаційна спеціалізація провідних еміратів ОАЕ у сферах ділового, шоп-туризму та пляжного відпочинку.
13. Географічний аналіз нових масштабних туристичних проєктів у Саудівській Аравії та Катарі після проведення Чемпіонату світу з футболу.
14. Економіко-географічні умови розвитку Середземноморського макрорегіону як головного світового центру пляжного та рекреаційного туризму.
15. Географічні особливості та відмінності в спеціалізації курортів материкової Іспанії порівняно з Балеарськими та Канарськими островами.
16. Геопросторова організація туризму в Італії та Греції а також поєднання відпочинку на морі з екскурсіями до пам'яток ЮНЕСКО.
17. Порівняльна характеристика європейської та близькосхідної моделей

гостинності за типами готелів, концепціями харчування та фінансовими правилами для туристів.

18. Особливості розвитку культурно-пізнавального туризму в Західній Європі та роль великих міст як багатофункціональних дестинацій.

19. Географічні принципи проектування автобусних турів Європою порівняно зі швидкісними потягами та лоукостерами.

20. Туристичний потенціал країн Північної Європи та спеціалізація Скандинавії на екологічному, пригодницькому й круїзному туризмі.

21. Географія зимового відпочинку в Європі а також порівняльний аналіз гірськолижних курортів Альп та країн Центрально-Східної Європи.

22. Географія лікувально-оздоровчого туризму Центрально-Східної Європи та спеціалізація Угорщини як світового термального хабу.

23. Природно-рекреаційні ресурси Південно-Східної Азії а також вплив мусонного клімату на сезонність відпочинку в Королівстві Таїланд.

24. Географічна характеристика та рекреаційна спеціалізація курортних зон острова Балі в Індонезії від пляжних центрів до духовного центру Убуд.

25. Східна Азія у світовій системі туризму та спеціалізація Китаю, Японії й Південної Кореї на діловому й технологічному турпродукті.

26. Економіко-географічна ізольованість Океанії та її вплив на формування ексклюзивного екологічного туризму в Австралії та Новій Зеландії.

27. Географічна архітектура острівних дестинацій Індійського океану та їхня спеціалізація на люксовому відпочинку в межах вразливих екосистем Мальдів, Шрі-Ланки та Маврикію.

28. Просторові особливості розвитку туризму в Африці а також порівняння спеціалізації курортів Магрибу із сафарі-туризмом у Східній Африці.

29. Географічна структура та метеорологічні ризики Американського макрорегіону з визначенням спеціалізації Карибського басейну та національних парків США й Канади.

30. Геопросторові зміни та нова безпекова мапа внутрішнього туризму України в сучасних умовах а також аналіз курортів Заходу України та логістика виїзду через європейські авіахаби.

4. Основи менеджменту та маркетингу в туризмі

Сутність і зміст менеджменту в туризмі.

Поняття «управління» та «менеджмент», менеджмент як специфічна сфера людської діяльності. Система відносин в організації як предмет вивчення менеджменту. Менеджмент як мистецтво управління, цілі спільної діяльності, суб'єкт та об'єкт управління, управлінські відносини. Предмет, об'єкт та задачі менеджменту в туризмі. Розвиток теорії та практики менеджменту, сучасні парадигми, рівні та сфери менеджменту. Поняття «менеджер» та три рівні менеджерів в туризмі. Закони і принципи управлінської діяльності. Інструменти менеджменту: ієрархія, організаційна культура, ринок. Сфери менеджменту: виробництво, фінанси, кадри, нововведення, облік, збут, зовнішньоекономічна діяльність, включно з туристичною сферою. Методи досліджень: діалектичний, конкретно-історичний, системний підхід, моделювання, науковий, експертний, соціологічні методи: анкетування, інтерв'ювання, тестування. Еволюція

управлінської думки.

Організація, її внутрішнє та зовнішнє середовище.

Поняття туристичної організації як об'єкта управління. Цілі і задачі організації, її складові та класифікація. Принципи організації: спеціалізація, координація, узгодженість, ієрархічність.

Характеристики зовнішнього середовища туристичної організації: економічні, політико-правові, соціально-культурні, технологічні та науково-технічні, демографічні та природно-екологічні фактори, міжнародні фактори. Конкурентне середовище та методи аналізу зовнішнього середовища. Вплив зовнішнього середовища на діяльність підприємства та туристичних організацій. Роль державного регулювання та законодавства, засобів масової інформації, цифровізації та глобалізації. Використання аналітичних систем, баз даних, інструментів адаптації стратегій та прогнозування тенденцій зовнішнього середовища.

Характеристики внутрішнього середовища туристичної організації: виробничі потужності та технології, фінансові ресурси, кадровий потенціал, компетенції менеджерів, інформаційні ресурси, продуктові фактори, організаційна структура та взаємодія підрозділів. Методи оцінки внутрішнього середовища та використання CRM-систем. Адаптація внутрішніх факторів для підвищення ефективності, у тому числі в туристичній сфері. Аналіз сильних і слабких сторін, внутрішніх ризиків та їх вплив на реалізацію маркетингових та управлінських стратегій.

Планування як функція менеджменту в туризмі

Сутність та значення планування як функції менеджменту, види планування: стратегічне, тактичне, оперативне, їх взаємозв'язок. Постановка цілей, оцінка ресурсів та розробка альтернативних стратегій. Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища, використання SWOT та PEST-аналізу. Планування бюджетів, ресурсів та моніторинг реалізації планів. Особливості планування в туристичних компаніях, організації заходів та маршрутів.

Організація як функція менеджменту в туризмі

Сутність «організації» як функції менеджменту. Передумови виникнення науки управління та історичний розвиток менеджменту як науки та практичної діяльності. Основні школи управління: наукового управління, класична адміністративна, школа людських стосунків, школа поведінкових наук. Сучасні принципи управління організаціями. Авторитарний та сучасні демократичні стилі роботи менеджера, їх методи і прийоми. Особливості організації менеджменту у сфері туризму та готельно-ресторанного бізнесу. Делегування повноважень та відповідальності, централізація та децентралізація. Департаменталізація та формування команд з перехресними функціями, у тому числі для туристичних проектів. Ефективний розподіл повноважень. Типи організаційних структур: лінійна, функціональна, дивізійна, матрична, комбіновані.

Мотивація та контроль як функції менеджменту в туризмі

Значення людського фактора, психологічні та фізіологічні особливості працівників. Теорії мотивації (Маслоу, Герцберг, Мак-Грегор, процесні теорії). Засоби мотиваційного впливу: стимулювання, матеріальні та моральні винагороди, система оплати праці та премій. Чинники туристичної мотивації, типи туристів, види і форми туризму. Теорії мотивації: процесуальні та змістовні.

Сутність, цілі та принципи контролю. Види контролю: попередній, поточний, підсумковий. Сфери та рівні контролю, процес контролювання та зворотний зв'язок. Фінансовий, адміністративний та операційний контроль. Системи контролю:

внутрішньофірмові, незалежні, державного регулювання. Особливості контролю у туристичному бізнесі, оцінка якості обслуговування клієнтів.

Управлінські рішення

Сутність управлінського рішення, його типи: програмовані, непограмовані, стратегічні, тактичні, оперативні. Вимоги до управлінських рішень. Процес прийняття рішень: збір інформації, аналіз, розробка альтернатив, вибір оптимального варіанту, реалізація та контроль. Моделі прийняття рішень: раціональний, інтуїтивний, комбінований. Взаємозалежність рішень та їхня якість. Делегування, координація, управління командами, застосування у туристичних проектах.

Комунікаційні процеси в туристичному бізнесі

Інформація, її види та роль у менеджменті. Поняття і роль комунікацій в туризмі. Комунікаційний процес: елементи та етапи, моделі комунікацій. Особливості внутрішніх і зовнішніх комунікацій у туристичній сфері: обслуговування клієнтів, взаємодія з готелями та транспортними компаніями. Перешкоди у міжособових комунікаціях та шляхи їх подолання. Роль комунікацій у прийнятті рішень, взаємодія менеджера з підлеглими та партнерами. Зворотний зв'язок у процесі комунікації.

Управління конфліктами

Конфлікти, їх причини та наслідки. Стилi та методи розв'язування конфліктів. Механізми виникнення конфліктів. Моделі розв'язування конфліктів. Стратегії поведінки в конфлікті. Управління внутрішньоособистісним конфліктом. Загальні рекомендації з управління конфліктами. Засоби вирішення конфліктів. Конфліктні особистості.

Основи маркетингу в туризмі

Суть і поняття маркетингу. Основні категорії маркетингу: попит, потреби, бажання, товар, обмін, угода, ринок, цінність. Принципи та функції маркетингу. Складові системи маркетингу: товар, ціна, розповсюдження, комунікації, персонал, процеси, фізичне оточення. Еволюція маркетингових концепцій, вплив глобалізації та цифровізації. Особливості маркетингу у туристичній сфері: туристичні продукти, послуги, брендинг місць та туроператорів. Комплекс маркетингу у туристичній індустрії. Види маркетингу.

Маркетингові дослідження у туристичній галузі

Поняття, напрямки маркетингового дослідження. Види маркетингової інформації. Дослідження споживачів. Дослідження конкурентів. Методи маркетингових досліджень, формування плану дослідження. Процес маркетингового дослідження. Оцінка споживчої поведінки у сфері туризму.

Ринок туристичних послуг і його сегментація

Сутність сегментації ринку. Процес сегментації ринку. Сегментація ринку туристичних послуг за декількома факторами. Принцип синергізму. Управління асортиментом туристичних послуг. Робота зі скаргами та претензіями. Гарантії туристичного продукту.

Маркетингова товарна політика в туризмі

Сутність товарної політики, класифікація товарів, формування товарного асортименту. Життєвий цикл товару, стратегії на різних етапах. Види прийняття рішень щодо окремих товарів. Інноваційна політика, позиціонування, бренд та упаковка. Товарний асортимент і товарна номенклатура. Якість товару, сертифікація та сервісне обслуговування. Аспекти для туристичного сектору: розробка

туристичних пакетів, сезонні пропозиції, сервісні стандарти. Товарна політика підприємства.

Маркетингова цінова політика в туризмі

Сутність, мета та завдання цінової політики. Чинники, що впливають на процес ціноутворення. Види цінової політики та методи ціноутворення. Стратегії ціноутворення, динамічне ціноутворення, акції та бонусні програми. Особливості ціноутворення у туристичній сфері: сезонність, комплексні пакети, ціни на транспорт та проживання. Ціноутворення в межах товарної номенклатури.

Маркетингова комунікаційна політика (просування) в туризмі

Сутність та засоби комунікаційної політики. Процес просування продукції на ринок: канали розподілу товарів і послуг, логістика та управління запасами. Розподіл товарів у роздрібній та оптовій торгівлі. Особливості розповсюдження туристичних послуг: онлайн-бронювання, турагентства, партнерські мережі, електронна комерція. Контроль ефективності каналів та оптимізація витрат. Просування послуг через соціальні мережі (SMM).

Мотивація та контроль маркетингової діяльності в туризмі

Мотивація орієнтування підприємства на споживача. Мотивація покупця. Організація зворотнього зв'язку зі споживачами туристичних послуг. Сутність і зміст процесу контролю маркетингової діяльності, види контролю. Створення клієнтської бази в туризмі. Створення ефективної системи маркетингової інформації в туристичній компанії. Маркетинговий аудит.

1. Співвідношення понять «управління» та «менеджмент»: сутність, предмет, об'єкт та ключові завдання менеджменту в туристичній сфері.
2. Менеджмент як наука, сфера діяльності та мистецтво управління: рівні менеджменту (три рівні менеджерів у туризмі) та їхні компетенції.
3. Еволюція управлінської думки: порівняльна характеристика класичної, адміністративної шкіл, школи людських стосунків та поведінкових наук.
4. Закони, принципи та інструменти управлінської діяльності: ієрархія, ринок та роль організаційної культури.
5. Методи досліджень у менеджменті: застосування системного підходу, моделювання, експертних оцінок та соціологічних методів (анкетування, інтерв'ювання) в туризмі.
6. Туристична організація як об'єкт управління: цілі, завдання, класифікація та ключові характеристики внутрішнього середовища компанії.
7. Зовнішнє макросередовище туристичного підприємства: аналіз впливу економічних, політико-правових, демографічних та технологічних факторів.
8. Методи аналізу середовища організації: практичне застосування матриць SWOT- та PEST-аналізу в діяльності туроператорів.
9. Роль цифровізації, глобалізації та державного регулювання у забезпеченні адаптації стратегій туристичних фірм до змін зовнішнього середовища.
10. Планування як функція менеджменту: сутність, взаємозв'язок стратегічного, тактичного й оперативного планування при розробці туристичних маршрутів.
11. Організація як функція менеджменту: поняття департаменталізації, формування крос-функціональних команд для реалізації туристичних проєктів.
12. Делегування повноважень та відповідальності: процеси централізації та децентралізації в управлінні готельно-ресторанним та туристичним бізнесом.
13. Типи організаційних структур управління: лінійна, функціональна,

дивізіональна та матрична структури, їхні переваги та недоліки в туризмі.

14. Мотивація як функція менеджменту: змістовні та процесуальні теорії (Маслоу, Герцберг, Мак-Грегор) та їхнє застосування при управлінні кадрами.

15. Контроль як функція менеджменту: види (попередній, поточний, підсумковий) та особливості операційного контролю якості обслуговування клієнтів.

16. Управлінські рішення: класифікація (програмовані та непрограмовані), етапи процесу прийняття рішень та моделі (раціональна, інтуїтивна).

17. Комунікаційні процеси в туристичному бізнесі: етапи комунікації, специфіка внутрішньої та зовнішньої взаємодії (з партнерами, готелями, транспортними компаніями) та бар'єри спілкування.

18. Управління конфліктами: причини виникнення, стратегії поведінки в конфліктних ситуаціях та методи роботи з конфліктними особистостями в сервісній сфері.

19. Суть, принципи та функції маркетингу в туризмі: еволюція маркетингових концепцій під впливом глобалізації та цифровізації.

20. Комплекс маркетингу в туризмі: характеристика класичних та розширених елементів системи (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*).

21. Маркетингові дослідження в туризмі: етапи процесу, напрямки досліджень споживачів та конкурентного середовища.

22. Сегментація ринку туристичних послуг: принципи та фактори сегментації, оцінка споживчої поведінки й застосування принципу синергізму.

23. Управління асортиментом туристичних послуг: робота зі скаргами, претензіями та формування системи гарантій туристичного продукту.

24. Маркетингова товарна політика: сутність товарного асортименту та номенклатури, специфіка розробки комплексних туристичних пакетів.

25. Життєвий цикл туристичного продукту: характеристика етапів та специфіка маркетингових стратегій на кожному з них.

26. Інноваційна та брендингова політика: особливості позиціонування туристичних дестинацій, місць та брендів туроператорів.

27. Якість туристичного продукту: сервісні стандарти, сертифікація та організація обслуговування клієнтів як інструмент маркетингу.

28. Маркетингова цінова політика: мета, завдання та внутрішні й зовнішні чинники ціноутворення на туристичні послуги.

29. Стратегії та методи ціноутворення: застосування динамічного ціноутворення, сезонних знижок, акцій та бонусних програм у туризмі.

30. Маркетингова комунікаційна політика: канали розподілу, сутність та засоби просування туристичного продукту на ринок.

IV. КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

1. *Іноземна мова*

Компетентності:

ЗК 4. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК 5. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 8. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

СК 2. Здатність застосовувати знання теорії і практики туристичного бізнесу у професійній діяльності фахівця туристичного супроводу.

СК 11. Здатність реалізовувати ефективні комунікації та навички взаємодії у професійній діяльності.

Результати навчання:

РН 3. Володіти державною та іноземною мовами у професійній діяльності.

РН 7. Інформувати споживачів про умови надання туристично-рекреаційних послуг.

РН 8. Застосовувати навички клієнтоорієнтованого сервісу у професійній діяльності.

РН 9. Брати участь у підготовці проєктів договорів туристичного, рекреаційного, екскурсійного, готельного обслуговування.

РН 10. Забезпечувати процес комплексного обслуговування клієнтів під час надання туристично-рекреаційних послуг та реалізації туристичного продукту.

РН 12. Застосовувати навички командної роботи, лідерства для налагодження комунікації у професійній діяльності.

РН 14. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристично-рекреаційних послуг у професійній діяльності.

РН 15. Використовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології для розв'язання професійних задач.

2. *Технологія і організація туристичного обслуговування*

Компетентності:

ЗК 3. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК 5. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

СК 2. Здатність застосовувати знання теорії і практики туристичного бізнесу у професійній діяльності фахівця туристичного супроводу.

СК 5. Здатність створювати туристичний продукт, надавати туристично-рекреаційну послугу (перевезення, тимчасове розміщення, харчування; екскурсійне, рекреаційне, курортне, спортивне, розважальне та інше обслуговування).

СК 8. Здатність документально забезпечувати технологічні процеси туристично-рекреаційної діяльності та проводити їх економічні розрахунки.

СК 10. Здатність застосовувати організаційні й технологічні процеси суб'єкта туристично-рекреаційної сфери.

СК 15. Здатність і готовність до самостійної теоретичної та практичної діяльності з розробки і реалізації проєктів у туристичній сфері.

Результати навчання:

- РН 1. Знати свої права як члена суспільства, розуміти цінності громадянського суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина України.
- РН 2. Застосовувати правові норми, норми з охорони праці, безпеки життєдіяльності, охорони довкілля у професійній діяльності.
- РН 3. Володіти державною та іноземною мовами у професійній діяльності.
- РН 4. Розв'язувати типові спеціалізовані задачі у професійній діяльності.
- РН 9. Брати участь у підготовці проєктів договорів туристичного, рекреаційного, екскурсійного, готельного обслуговування.
- РН 10. Забезпечувати процес комплексного обслуговування клієнтів під час надання туристично-рекреаційних послуг та реалізації туристичного продукту.
- РН 13. Здійснювати пошук, оброблення й аналізування інформації з різних джерел у професійній діяльності.
- РН 14. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристично-рекреаційних послуг у професійній діяльності.
- РН 16. Застосовувати навички розробки та реалізації спеціальних вимог безпеки під час організації та проведення екскурсій та туристичного супроводу, виявляти джерела небезпеки, які можуть бути зумовлені характером маршруту, відвідуваним об'єктом та поведінкою самих туристів, проведення інструктажу; надавати першу домедичну допомогу.
- РН 17. Забезпечувати особисту та колективну безпеку в процесі професійної діяльності.

3. Географія туризму

Компетентності:

- ЗК 5. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- ЗК 6. Прагнення до збереження навколишнього середовища.
- ЗК 7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
- СК 3. Здатність ідентифікувати туристично-рекреаційний ресурсний потенціал країн, регіонів щодо стану і перспектив розвитку туризму.
- СК 4. Здатність проводити моніторинг ринку туристичних і рекреаційних послуг.

Результати навчання:

- РН 5. Пояснювати суспільні пріоритети щодо охорони туристично-рекреаційних ресурсів України та збереження довкілля під час виконання професійних обов'язків.
- РН 6. Аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал країн, регіонів щодо стану і перспектив розвитку туризму і рекреації.
- РН 14. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристично-рекреаційних послуг у професійній діяльності.
- РН 18. Застосовувати проєктний підхід в процесі розробки туристичного продукту, виявляти потреби цільової аудиторії, передбачати ризики реалізації здійснювати ціноутворення відповідно до економічної ситуації на ринку.

4. Основи менеджменту та маркетингу в туризмі

Компетентності:

- ЗК 3. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.
- ЗК 5. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 8. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК 10. Здатність до економічного мислення, розуміння сутності економічних процесів і явищ, економічної системи, її структурних складових, господарського механізму та ринку як форми організації суспільного виробництва.

СК 2. Здатність застосовувати знання теорії і практики туристичного бізнесу у професійній діяльності фахівця туристичного супроводу.

СК 4. Здатність проводити моніторинг ринку туристичних і рекреаційних послуг.

СК 10. Здатність застосовувати організаційні й технологічні процеси суб'єкта туристично-рекреаційної сфери.

СК 13. Здатність працювати в команді й налагоджувати міжособистісну взаємодію під час розв'язання професійних задач

Результати навчання:

РН 4. Розв'язувати типові спеціалізовані задачі у професійній діяльності.

РН 8. Застосовувати навички клієнтоорієнтованого сервісу у професійній діяльності.

РН 11. Застосовувати знання з основ психології, що сприяють розвитку загальної культури, для розв'язання професійних задач.

РН 13. Здійснювати пошук, оброблення й аналізування інформації з різних джерел у професійній діяльності.

РН 15. Використовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології для розв'язання професійних задач.

РН 18. Застосовувати проєктний підхід в процесі розробки туристичного продукту, виявляти потреби цільової аудиторії, передбачати ризики реалізації здійснювати ціноутворення відповідно до економічної ситуації на ринку.

РН 19. Започатковувати бізнес в туристичній сфері орієнтуючись у міжгалузевому комплексі рекреації та туризму

V. ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Іноземна мова

Основна література:

1. Didier Villarreal Obando et al. Basic English for Tourism: Listening and Speaking Skills. – 2nd ed. – Guanacaste, C.R.: CEMEDE, 2021. – 75 p.
2. Robin Walker, Keith Harding. Oxford English for Careers: Tourism 2, Student's Book. – Oxford University Press, 2021. – 150 p.
3. Robin Walker, Keith Harding. Oxford English for Careers: Tourism 2, Teacher's Book. – Oxford University Press, 2021. – 100 p.
4. Robin Walker, Keith Harding. Oxford English for Careers: Tourism 1, Student's Book. – Oxford University Press, 2021. – 160 p.
5. Словник. Англійсько-український, українсько-англійський: Посібник для загальноосвітніх та вищих навчальних закладів. / Упорядн.: Коваль С.А. та ін. – Київ: ВТФ "Перун", 2021.
6. Мальська М.П., Н.О. Микитенко, А.М. Котловський. Англо-український словник термінів сфери туризму. – Київ: "Центр учбової літератури", 2021. – 460 с.
7. Стратегія розвитку туризму та курортів України до 2026 року. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501>

Додаткова література:

1. Strutt Peter. English for International Tourism, Intermediate Students' Book. – Longman Pearson Education Ltd, 2021. – 160 p.
2. English Learner's Digest. Дайджест для тих, хто вивчає англійську. – Видавництво "Літера", 2021.
3. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів України на період до 2026 року. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501>

Інформаційні ресурси:

1. Іноземна мова за професійним спрямуванням : електронний навчальний курс на платформі Moodle ЕПФК ЗНУ / розроб. курсу. URL: <https://epkmoodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=1348>
2. Іноземна мова професійно-комунікативної спрямованості : : електронний навчальний курс на платформі Moodle ЕПФК ЗНУ / розроб. курсу. URL: <https://epkmoodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=486>
3. UN Tourism. Glossary of Tourism Terms. URL: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> .
4. UNESCO World Heritage Centre. World Heritage and Sustainable Tourism Programme. URL: <https://whc.unesco.org/en/tourism/> .
5. World Tourism Organization (UN Tourism). Tourism Data Dashboard. URL: [UN Tourism – Tourism Data Dashboard](#)

2. Технологія і організація туристичного обслуговування

Нормативно-правові акти та державні джерела:

1. Закон України «Про туризм» (№ 324/95-ВР). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр#Text>
2. Закон України «Про курорти» (№ 2026-III). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2026-14#Text>
3. Закон України «Про захист прав споживачів. (Відомості Верховної ради (ВВР), 2023, №78, ст. 276). Із змінами, внесеними, згідно із Законом №4718-IX від 16.12.2025. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3153-20>
4. Податковий кодекс України (ПКУ) — Стаття 268. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
5. Ліцензійні умови провадження туроператорської діяльності (Постанова КМУ № 991). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/991-2015-п#Text>
6. Порядок встановлення категорій готелям (Постанова КМУ № 803) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/803-2009-п#Text>
7. Інформація про комісію та правила категоризації готелів URL: <https://www.tourism.gov.ua/categorization>
8. Транспортне оновлення (Наказ № 1727) URL: <https://mininfra.gov.ua/news/nabuly-chynnosti-onovleni-pravyly-roboty-ta-vidpochynku-vodiiv-komertsiinoho-avtomobilnoho-transportu2707>

Основна:

10. Андрущенко О. С. Організація туристичної діяльності : конспект лекцій. Одеса: ОДЕУ, 2022. 144 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi81/0061728.pdf>.
11. Балабаниць А. Організація туризму: електрон. навч. посіб. Київ: МДУ, 2024. 449 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi80/0060471.pdf>.
12. Богатирьова Г. А., Ніколайчук О. А., Романуха О. М., Снігур К. В. Організація туристичної діяльності: методика та практика: навч. посіб. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2020. 159 с. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi69/0050439.pdf>.
13. Богдан Н. М., Писаревський І. М., Погасій С. О. Управління якістю туристських послуг: підручник. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 340 с. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi67/0049262.pdf>.
14. Гуменюк Г. М., Копилець Д. М., Дівнич О. С. Організація туристичних подорожей: навч. посіб. Івано-Франківськ: Прикарпатський нац. ун-т ім. Василя Стефаника, 2025. 253 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi85/0065281.pdf>.
15. Демко В. С., Колокольчикова І. В. Основи туристичної діяльності: теорія і практика: навч. посіб. Запоріжжя: Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного, 2025. 207 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi86/0066032.pdf>.
16. Джинджоян В. В., Горожанкіна Н. А., Бойко З. В. Основи туризмознавств : навч. посіб. Київ : Піча Ю. В., 2022. 246 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi76/0056423.pdf>.

17. Лисак О. І., Демко В. С., Тебенко В. М. Розвиток сфери туристичних послуг: конспект лекцій. Запоріжжя: ТДАТУ, 2020. 200 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi86/0066057.pdf>.

18. Любіцева О. О. Основи туризмознавства: навч. посіб. Київ : КНУ ім. Тараса Шевченка, 2025. 151 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi85/0065119.pdf>.

19. Опря Б. О. Організація туристичних подорожей: навч.-метод. посіб. Кам'янець-Подільський: Друкарня Рута, 2021. 154 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi80/0060061.pdf>.

20. Організація туризму : навч. посіб. / уклад. О. М. Перепелюк. Умань: Сочінський М. М., 2022. 128 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi76/0056426.pdf>.

Додаткова:

1. Основи туризмознавства та рекреації: навч. посіб. / В. В. Джинджоян, Н. А. Горожанкіна, І. Л. Сазонець [та ін.]. 2-ге вид., розшир. та допов. Київ: SBA Print, 2026. 214 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi86/0066035.pdf>.

2. Регіональний туризм: сучасні виклики та перспективи розвитку: кол. монографія Київ: ВНЗ "Університет економіки та права "КРОК", 2022. 374 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi79/0058845.pdf>.

3. Смирнов І. Г., Любіцева О. О. Логістика в туризмі. Міжнародний туристичний бізнес і логістика в туризмі: навч. посіб. Київ: Ліра-К, 2024. 533 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi86/0066083.pdf>.

4. Товстоп'ятко Ф. Ф., Пиптюк П. Ф., Парій С. Б. Організація та проведення туристичного походу: конспект лекцій. Запоріжжя: ЗНУ, 2024. 59 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/metodychky/2024/05/0057704.docx>.

5. Туристичні послуги і туроператорська діяльність: конспект лекцій / упоряд.: С. О. Заїка, С. М. Калініченко, Л. С. Харчевнікова, А. В. Грібнік. Харків: ДБТУ, 2023. 108 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi80/0059833.pdf>.

Інформаційні ресурси:

1. Технологія і організація туристичної діяльності. електронний навчальний курс на платформі Moodle ЕПФК ЗНУ / розроб. курсу. URL: <https://epkmoodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=37>

2. UN Tourism (Всесвітня туристична організація) URL: <https://www.untourism.int>

3. WTTC (Всесвітня рада з подорожей та туризму) URL: <https://wtcc.org>

4. IATA (Міжнародна асоціація повітряного транспорту) URL: <https://www.iata.org>

5. Join UP! URL: <https://joinup.ua/uk>

6. Coral Travel Ukraine URL: <https://www.coral.ua>

7. Feeria Mandriv (Феєрія Мандрів) URL: <https://feerie.com.ua/ua>

8. Поїхали з нами URL: <https://www.poehalisnami.ua/ua>

3. Географія туризму

Основна:

1. Аріон О.В., Уліганець С.І., Дмитрук О.Ю. Географія туризму: навчально-методичний посібник – 2 вид., перероблено та допов. / Аріон О.В., Уліганець С.І., О.Ю. Дмитрук. К.: 2019. - 206 с.
2. Аріон О. В. Географія подорожей та туризму: навчально-методичний посібник до спецкурсу для студентів освітнього рівню «бакалавр» спеціальності 106 Географія (електронне видання). К., 2023. 121 с.
3. Доценко А. І. Географія туризму / Університет «Україна», 2020 – 178 с.
4. Ковальська Л. В., Пархоменко О. Г. Географія туризму: підручник для студентів спеціальності «Туризм та рекреація» вищих навчальних закладів України. Івано-Франківськ: НАІР, 2025. 210 с.
5. Кляп М. П., Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму: навчальний посібник. Київ: Знання, 2011. 334 с.
6. Король О.Д. Міжнародні туристичні потоки: суспільно-географічні аспекти формування та геопросторовий розподіл. Монографія. - Чернівці: Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича, 2018. - 512 с.
7. Нефедова Н. Є. Н 58 Географія туризму: навчально-методичний посібник / Н.Є.Нефедова, В.В. Яворська, С.Б. Куделіна. – Одеса: ФОП Бондаренко М.О., 2018. - 160 с
8. Смаль І. В. Географія туризму: навчальний посібник. Ніжин: ПП Лисенко М. М., 2011. 576 с.
9. Смаль І. В. Географія туризму та рекреація: Словник-довідник. — Тернопіль: Навчальна книга — Богдан, 2010.
10. Ткаченко Т.Г. Географія туризму: навч. посіб. / Т.Г. Ткаченко. – Харків: ХНАУ, 2020. – 224 с.

Додаткова:

1. Активний туризм: теорія та практика: підручник / М. П. Мальська, М. З. Гамкало, П. В. Романів. Київ : Видавець ФОП Піча Ю. В., 2024. 248 с.
2. Географія туризму: екологічний туризм: підручник / В. В. Тарасова, І. К. Нестерчук, І. М. Ковалевська, А. С. Осіпчук. Житомир: Поліський національний університет, 2021. 252 с.
3. Географія туризму: релігійний туризм та паломництво: підручник / уклад.: В. В. Тарасова, І. М. Ковалевська, О. Л. Соколовський, І. К. Нестерчук. Житомир : ЖДУ ім. І. Франка, 2025. 198 с.
4. Любіцева О. О. Основи туризмознавства: електронний навчальний посібник. Київ : Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2025. 151 с.
5. Спеціалізований туризм: підручник / А. А. Мазаракі, Т. І. Ткаченко, Т. П. Дупляк та ін. ; за ред. А. А. Мазаракі. Київ: Держ. торг.-екон. ун-т, 2024. 576 с.
6. Стафійчук В. І. Рекреалогія: навчальний посібник. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2020. 428 с.
7. Стафійчук В. І., Малиновська О. Ю. Туристичне країнознавство: навч. посіб. у 4 т. Т. 1 : Європа. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2021. 282 с.
8. Стафійчук В. І., Малиновська О. Ю. Туристичне країнознавство: навч. посіб. у 4 т. Т. 2 : Азія та Океанія. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2021. 190 с.

9. Стафійчук В. І., Малиновська О. Ю. Туристичне країнознавство: навч. посіб. у 4 т. Т. 3 : Америка. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2021. 270 с.
10. Стафійчук В. І., Малиновська О. Ю. Туристичне країнознавство: навч. посіб. у 4 т. Т. 4 : Африка і Близький Схід. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2021. 280 с.
11. Туристичне країнознавство. Азія та Океанія: навчальний посібник / М. П. Мальська, О. Ю. Бордун, М. З. Гамкало. Київ: Центр учбової літератури, 2020. 184 с.

Інформаційні ресурси

1. Географія туризму: електронний навчальний курс на платформі Moodle ЕПФК ЗНУ / розроб. курсу. URL: <https://epkmoodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=1427>
2. Державне агентство розвитку туризму України (ДАРТ): офіційний вебсайт. Статистика, безпекові мапи та офіційні реєстри суб'єктів туристичної діяльності України. URL: tourism.gov.ua
3. Міністерство культури та стратегічних комунікацій України: офіційний вебсайт. URL: <https://mcsc.gov.ua>
4. Електронна бібліотека туристської літератури «TourLib»: науково-інформаційний портал. URL: <https://tourlib.net>
5. Каталог туристських сайтів України та світу «Columb-TourLib»: інформаційно-пошукова система. URL: columb.net
6. UN Tourism (World Tourism Organization): official website. Rebranding, analytics and global eco-initiatives. URL: un-tourism.org
7. World Tourism: travel guides and digital tourism marketplace. URL: world-tourism.org

4. Основи менеджменту та маркетингу в туризмі

Основна:

1. Борисенко О. С., Шевченко А. В., Фісун Ю. В., Крапко О. М. Маркетинговий менеджмент: навч. посібник. Київ : НАУ, 2022. 204 с.
2. Основи маркетингу / Котлер Ф., Армстронг Г. К.: «Науковий світ – Київ», 2022. 880 с.
3. Маркетингова діяльність підприємств: підручник / О. П. Косенко [та ін.] ; ред. О. П. Косенко; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». Харків : ТОВ «Оберіг», 2023. 1155 с .
4. Менеджмент у туризмі: навч. посібник / Н. Л. Мандюк, А. М. Манько. - Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2022. - 198 с.

Додаткова:

1. Голомб В.В., Оглобліна В.О, Голомб В.В. Міжнародні маркетингові ігри у цифровій економіці як драйвер розвитку українського експорту та підвищення ефективності бізнесу. *Інфраструктура ринку*. 2025. № 82. С.279-284.
2. Кукіна Н.В., Оглобліна В.О., Ткаченко Є.Ю. Формування системи управління ризиками підприємства. *Збірник наукових праць ТДАУ ім. Дмитра Моторного (економічні науки)*. 2024. № 4 (53). С. 102-108.
3. Маркетинг в туризмі: Навчальний посібник. / С. М. Цвілий, Т. С. Кукліна, В. М. Зайцева. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2022. 260 с.

4. Маркова С. В., Головань О. О., Пучков О. Вплив маркетингу-менеджменту та обліку на стратегічне управління потенціалом підприємства в різних сферах бізнесу. Галицький економічний вісник. 2025. № 1(92). С. 25-32

5. Менеджмент туризму: Навчальний посібник. / Т. В. Шелеметьєва, С. В. Гресь-Євреїнова. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2022. 216 с.

6. Метеленко Н. Г., Шапуров О.О., Оглобліна В. О., Петухова О.В. Економіка підприємства: навчально-методичний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності 073 “Менеджмент” освітньо-професійної програми “Промисловий менеджмент”. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2025. 204 с.

7. Метеленко Н.Г., Оглобліна В.О., Голомб В.В., Сіліна І.В., Ткаченко Є.Ю. Маркетинг: навчально-методичний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок» освітньо-професійної програми «Фінанси держави та підприємницьких структур». Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2025. 188 с.

8. Оглобліна В.О., Зімагоров М.Є. Цифровізація туристичного бізнесу як інструмент управління економічним потенціалом регіону. Проблеми управління економічним потенціалом регіону: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (4 листопада 2026р., м. Запоріжжя) / за ред. Олійника О.М. Запорізький національний університет. Запоріжжя: ЗНУ, 2026.

9. Оглобліна В.О., Селезньов К.О., Моргун К.С. Роль смарт-туризму в забезпеченні сталого розвитку територій в умовах цифрової трансформації. Цифрова трансформація обліку, оподаткування та бізнес-процесів: рішення SAP Bussiness One: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (1-2 липня 2026р., м. Запоріжжя) / за ред. Макаренка А. П., Меліхової Т. О. Запорізький національний університет. Запоріжжя: ЗНУ, 2026.

10. Sergiy M. TSVILIY, Viktoriia O. OGLOBLINA, Valentina S. DEMKO, Anatolii A. PAVLIUK, Mykola M. PISETSKYI. Potential of International Cooperation of Ukraine in the Geoeconomic Space of the Tourist Industry. GeoJournal of Tourism and Geosites, 2023, 49 (3), 946–961

11. Sergiy M. TSVILIY, Denys P. MYKHAILYK, Darya D. GUROVA, Viktoriia O. OGLOBLINA, Olga M. KORNIIENKO. Strategy for the Development of the Investment Potential of the Tourism Industry of Ukraine in the International Economic System. Theoretical and Practical Research in Economic Fields [Vol 15 No 3 \(2024\): TPREF, Volume XV, Issue 3\(31\), Fall 2024](#), 601-619

12. Tsviliy S. Tourism industry methodology: potential for business development and regulation in countries of the world. *Economics and Region*. Poltava : National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»; Odesa: Publishing House Helvetica. 2024. № 3 (94). 178 p. Pp. 30-40

Інформаційні ресурси:

1. Сторінка В мудл
<https://epkmoodle.znu.edu.ua/course/search.php?context=274>
2. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Українська асоціація маркетингу. URL: <http://uam.in.ua/>
4. Щотижневик “Бізнес”. URL: <https://www.business.ua/>
5. Marketing Dive – Industry News & Analysis. URL: <https://www.marketingdive.com/>

6. MarketingProfs – Practical Marketing Insights. URL:
<https://www.marketingprofs.com/>
7. International Review of Management and Marketing. URL:
<https://econjournals.com/index.php/irmm>
8. Management Study Guide – Marketing Management. URL:
<https://www.managementstudyguide.com/marketing-management-articles.htm>
9. Coursera – Marketing Management. URL:
<https://www.coursera.org/articles/marketing-management>
10. European Journal of Business and Management. URL:
<https://www.iiste.org/Journals/index.php/EJBM>