

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КІЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ

ЗАТВЕРДЖЕНО  
Приймальною комісією  
Протокол № 5 від 28 квітня 2023 р.

Голова Приймальної комісії,  
Президент університету



~~Михайло ПОПЛАВСЬКИЙ~~

**ПРОГРАМА  
ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ**

**ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ** 24 СФЕРА ОБСЛУГОВУВАННЯ

**СПЕЦІАЛЬНІСТЬ** 242 Туризм і рекреація

**ОСВІТНЯ ПРОГРАМА** Міжнародний туризм

Освітній ступінь Магістр

Основа вступу НРК6, НРК7

Обговорено і схвалено  
на засіданні кафедри готельно-  
ресторанного і туристичного бізнесу  
Протокол № 18 від 07.04.2023 р.

**КІЇВ 2023**

## **Вступ**

Програма фахового вступного випробування є навчально-методичним документом, який визначає мету, зміст, і порядок проходження фахового вступного випробування для здобуття освітнього ступеня «Магістр» галузі знань 24 «Сфера обслуговування» за спеціальністю 242 «Туризм» освітньою програмою «Міжнародний туризм». Метою програми є надання допомоги абітурієнтам щодо підготовки до вступних іспитів на перший рік навчання ОС «Магістр».

Особа може вступити до Київського національного університету культури і мистецтв для здобуття освітнього ступеня магістра на основі освітнього ступеня бакалавра або освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста за умови успішного проходження ЕСІ та фахового вступного випробування.

Мета фахового випробування – створення рівних можливостей для вступу на навчання осіб для здобуття освітнього ступеня магістра, які здобули попередній освітній ступень або освітньо-кваліфікаційний рівень на основі виявлення рівня знань, умінь і навичок, одержаних абітурієнтами, перевірки фахових теоретичних знань та можливості їх застосування на практиці.

На фахове вступне випробування виносяться освітні компоненти:

- «Туристичне країнознавство»;
- «Організація екскурсійної діяльності»;
- «Туроперейтинг»;
- «Економіка міжнародного туризму»;
- «Менеджмент міжнародного туризму»;
- «Маркетинг, реклама та PR-технології в туризмі»;
- «Комунікативний менеджмент у сфері туризму»;
- «Державне регулювання туристичної діяльності».

Програма включає: вступ, зміст освітніх компонент програми фахового випробування, порядок проведення та оцінювання результатів фахового випробування, список літератури для підготовки до фахового випробування.

## ЗМІСТ ПРОГРАМИ

### «ТУРИСТИЧНЕ КРАЇНОЗНАВСТВО»

Поняття про країнознавство, його предмет і головні аспекти дослідження. Використання загальних країнознавчих концепцій відповідно до специфіки туристичного країнознавства. Країнознавство у сфері туризму. Джерельна база країнознавчих досліджень в туризмі. Особливості та специфіка туристичного країнознавства. Категоріальний апарат туристичного країнознавства.

Принципи туристичного країнознавства: регіональний, комплексний, екологічний. Методи дослідження: системно-структурний аналіз, типологія, районування, етногенез; статистико-математичний, картографічний, порівняльний методи. Районування як основний метод країнознавчого дослідження в туризмі. Основні поняття. Аналітичний та синтетичний типи дослідження.

Поняття туристичного районування. Сучасні концепції туристичного районування світу. Туристичне районування ВТО. Принципи та критерії районування в туризмі. Туристичний макрорегіон, регіон, дестинація. Сучасні підходи до регіонального поділу світу.

Поняття туристичного потоку. Основні характеристики туристичних потоків. Регіональна характеристика туристських потоків світу, доходів та витрат. Закономірності формування та функціонування туристичних потоків. Регіони та центри, що генерують та регіони і центри, що приймають туристичні потоки. Класифікація туристичних потоків за різними ознаками.

Оцінка туристського потоку. Показники, що визначають обсяг туристського потоку: кількість вибуттів та прибуттів. Показники інтенсивності туристських потоків. Показники інтенсивності (динаміка) туристських потоків. Нерівномірність туристських потоків в світі. Країни, регіони та дестинації з різними значеннями коефіцієнту нерівномірності туристських потоків.

Оцінка туристичних доходів та витрат. Країни «активного» та «пасивного» туризму. Туристичне сальдо. Країни та регіони з позитивним та негативним туристичним сальдо.

Поняття туристичних ресурсів. Основні властивості туристичних ресурсів. Підходи до класифікації туристичних ресурсів. Сутнісний підхід до класифікації туристичних ресурсів. Природні та антропогенні. Практичний підхід до класифікації туристичних ресурсів: туристичне середовище та його комфортність, туристична інфраструктура. Ціннісний підхід: природна та культурна матеріальна спадщина туристичних ресурсів. Категорії туристичних ресурсів: світового, національного (державного) та місцевого рівня.

Суспільні та природні туристичні ресурси. Туристична інфраструктура як регіональна база реалізації туристичної діяльності. Технологічні, трудові туристичні ресурси. Поняття природно-кліматичних туристичних ресурсів. Класифікація природно-кліматичних ресурсів. Історико-культурні туристичні ресурси: поняття, основні характеристики та класифікаційні підходи. Культурна спадщина як ресурс туризму, її матеріальні та нематеріальні складові. Фактори, що визначають туристський інтерес до культурно-історичних цінностей. Діяльність ЮНЕСКО по збереженню історико-культурних туристичних ресурсів. Основні критерії Списку світової спадщини ЮНЕСКО щодо історико-культурних туристичних ресурсів. Значення Списку світової спадщини ЮНЕСКО щодо формування категоріальності історико-культурних туристичних ресурсів. Приналежність історико-культурних туристичних ресурсів до Списку світової спадщини ЮНЕСКО, як фактор формування туристичних брендів.

Пропускний потенціал туристичних ресурсів. Туристський потенціал території та загальна характеристика його складових елементів. Туристичний паспорт території.

Структура та методика туристичного вивчення країни. Природно-географічна характеристика. Опис території країни, її властивостей та складу. Географічне положення, як умова розвитку туризму в країні. Туристична характеристика кліматичних особливостей країни. Сезонні коливання кліматичних умов, як фактори розвитку туризму в країні. Унікальні природні явища, як особливі туристичні атракції країни.

Політико-економічна характеристика держави та її вплив на розвиток туризму в країні. Політичні конфлікти та «гарячі точки». Оцінка рівня розвитку туризму та туристичної інфраструктури.

Історико-культурна характеристика держави та її роль в формуванні туристичного іміджу

країни. Основні напрямки історичної характеристики країни для сфери туризму: історія становлення, історія народів, видатні події та постаті, історичні регіони, центри та пам'ятки.

Загальна характеристика культури країни та населення, як основного носія національних традицій. Визначення расового, етнічного та національного складу населення. Характеристика релігійного складу населення. Соціальна та демографічна ситуація в країні та її вплив на розвиток туризму. Оцінка стану міграцій в країні. Розселення та ступінь урбанізації, як фактори розвитку туризму.

Туристична характеристика культури народу, як об'єкту атракції. Характеристика національної архітектури, мистецтва. Місце музеїв в туристичному описі країни. Видатні твори мистецтва. Культурні події та явища як сучасні об'єкти туристичної атракції. Національно-культурні традиції та менталітет народу, як особливі риси, що формують національний імідж. Кулінарні бренди та традиції харчування, як туристичні атракції країни. Типові символи країни.

Спеціальна туристична характеристика країни. Стан розвитку туристичної галузі в країні та її місце на міжнародному ринку туристичних послуг. Основні туристичні атракції країни. Рекреаційні зони. Розроблені туристичні маршрути. Органи управління туризмом. Правила поведінки в країні, національні та релігійні обмеження.

Спеціальна туристична інформація про країну та необхідність її отримання туристом. Природні загрози для життя, здоров'я туриста. Суспільна стабільність в країні. Часові пояси. Типові сезоні та кліматичні особливості. Свята та вихідні дні. Курси обміну валюти, митний та візовий режим. Транспортна мережа. Правила дорожнього руху. Телефонний зв'язок. Традиційні покупки та сувеніри.

Структура та загальна характеристика Європейського туристичного макрорегіону. Географічне положення. Туристичне районування та зонування території. Провідні туристичні країни регіону, їх туристичні центри. Суспільний устрій країн регіону, рівень їх економічного та соціального розвитку. Значення Шенгенської угоди для розвитку туріндустрії в країнах ЄС.

Стан розвитку інфраструктури, її вплив на туристичну привабливість регіону. Історико-культурна спадщина. Об'єкти списку світової спадщини ЮНЕСКО, як особливі туристичні атракції країн регіону. Культурна спадщина античної, візантійської та доби Відродження у формуванні основних туристичних центрів в Південній Європі. Унікальне поєднання природних та історико-культурних ресурсів у становленні Південній Європи як головного туристичного регіону світу. Ярмаркові та фестивальні центри (Амстердам, Брюссель, Ганновер, Франкфурт-на-Майні, Гамбург, Мюнхен, Віденський, Зальцбург, Лондон, Париж, Женева, Цюрих та ін.).

Природні рекреаційні ресурси, їх роль у формуванні курортів регіону. Характеристика середземноморських курортів. Італійські Альпи – один з основних міжнародних районів зимового туризму. Гірські курорти Карпат, Судет, Татр, Балкан. Бальнеологічні курорти Чехії, Угорщини. Мінеральні джерела Німеччини, Франції, Австрії та Швейцарії. Озера Швейцарії, Австрії, Німеччини та Італії, як туристичний ресурс. Річкові круїзи по Дунаю, Луарі, Мозелю та Рейну. Ландшафтна різноманітність як туристичний ресурс регіону. Природоохоронні об'єкти (за класифікацією ЮНЕСКО): національні парки, резервати.

Провідні країни регіону на світовому туристичному ринку: Великобританія, Франція, Італія, Німеччина, Австрія, Швейцарія, Греція, Хорватія, Чехія, Болгарія, Угорщина, Скандинавські країни.

Азійсько-Тихookeанський туристичний регіон. Туристичний поділ території. Географічне положення регіону. Екзотика регіону, як туристична атракція. Південно-Західна Азія як «перехрестя континентів». Південно-Західна Азія – найбільший у світі центр паломництва мусульман, християн, іудеїв. Міжнародні морські, повітряні та наземні шляхи. Західна Азія, як історико-культурний регіон. Середня Азія та Закавказзя. Особливості розвитку в Середній Азії і Закавказзі. Південна Азія як один із найдавніших цивілізаційних регіонів світу. Східна Азія як головна складова Азія-Тихookeанського регіону – однієї з найбільш активних політико-економічних зон світу. Південно-Східна Азія як значний історико-культурний регіон з найбільшою динамікою розвитку туризму. Особливості соціально-економічного розвитку регіону, його сучасний стан і вплив на туристичну сферу.

Історико-культурна спадщина основних туристичних центрів регіону. Світова спадщина ЮНЕСКО в країнах Азії, як одна з основних туристичних атракцій. Архітектурні пам'ятки

столиць давніх цивілізацій.

Ландшафтна різноманітність регіону (Гімалаї з найвищою вершиною світу – г. Джомолунгма, Каракорум, тропічні пустелі, вологі екваторіальні ліси, атоли). Гірські, бальнеологічні та приморські курорти. Національні парки та резервати. Унікальні пам'ятники природи.

Провідні країни регіону на світовому туристичному ринку: Туреччина, Китай, Індія, Японія, Ізраїль, ОАЕ, Малайзія, Таїланд, Мальдіви, Шрі-Ланка, Індонезія, Сінгапур та інші.

Північна Америка як історико-культурний регіон. Геотуристичне положення. Формування сучасного складу населення, роль імміграції у цьому процесі.

Основні риси туристичного господарства США і Канади. Транспортна система та туристична інфраструктура. Роль індустрії туризму в формуванні ВВП. Найбільша у світі готельна мережа. Санаторно-курортне господарство регіону.

Унікальність ландшафтів, різноманітність кліматичних умов; наявність теплих морів; можливості для альпіністських походів, мисливства, дайвінгу як важливі фактори розвитку туризму в регіоні. Значення національних парків для внутрішнього туризму.

Історико-культурна спадщина регіону, як важлива атракція розвитку туризму. Об'єкти всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

Рекреаційно-туристичні зони Англо-Америки: східна, західна, центральна, північна, прибережна. Найбільші центри туризму – Нью-Йорк, Вашингтон, Філадельфія, Лос-Анджелес, Сан-Франциско, Майямі, Монреаль, Гавайї, Бермудські острови. Розважальний туризм (Диснейленд, Голівуд, Лас-Вегас).

Місце США та Канади на світовому туристичному ринку.

Латинська Америка як історико-культурний регіон. Геотуристичне положення. Рівень економічного і соціального розвитку та його вплив на туризм в регіоні. Проблеми та перспективи розвитку туристичної індустрії в регіоні.

Природні умови та туристичні ресурси Латинської Америки. Унікальні природні об'єкти та національні парки. Характеристика курортів країн Карибського басейну.

Культурна спадщина індіанських цивілізацій Мексики, Перу, Белізу, Гватемали, Сальвадору та Гондурасу, як важлива туристична атракція регіону. Природні та культурні об'єкти (за класифікацією ЮНЕСКО). Вест-Індія – провідний регіон світу за розвитком круїзного та водноспортивного туризму. Гральний та розважальний туризм (Барбадос, Ямайка, Тринідад і Тобаго, Пуерто-Ріко та ін.).

Провідні країни регіону на світовому туристичному ринку: Мексика, Домініканська Республіка, Чилі, Бразилія, Аргентина, Ямайка, Перу, Куба.

Африканський туристичний регіон. Геотуристичне положення. Рівень економічного та соціального розвитку країн регіону. Стан розвитку туристичної інфраструктури та фактори, що лімітують туризм. Нерівномірність розвитку інфраструктури та її вплив на туристичну привабливість регіону.

Кліматичні умови приморських курортів Середземного, Червоного морів та узбережжя Індійського океану. Гірські курорти Атласу. Оцінка природних умов як туристичного ресурсу, їх регіональні відмінності. Несприятливі кліматичні умови внутрішніх районів і зони екваторіального клімату. Національні парки та природні ландшафти, їх роль у розвитку туризму. Основні туристичні ресурси регіону: екзотичні флора і фауна. Природоохоронні об'єкти за класифікацією ЮНЕСКО.

Історико-архітектурна спадщина різних епох. Руїни та археологічні пам'ятки давніх цивілізацій. Основні центри паломництва. Історико-культурні об'єкти за класифікацією ЮНЕСКО, як основні туристичні атракції країн регіону.

Провідні країни регіону на світовому туристичному ринку: Єгипет, Туніс, Марокко, ПАР, Мальдівські острови, Мадагаскар, Сейшельські острови, Кенія, Танзанія.

## «ОРГАНІЗАЦІЯ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»

Основні визначення 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. Види показу. Вимоги до розповіді на екскурсії.**

**Тематика екскурсій. Вимоги до тематики.**

**Головні напрями екскурсійної справи. Екскурсійна справа та головні етапи її виникнення і розвитку. Роль видатних педагогів у виникненні шкільних та студентських екскурсій, а також зародженні екскурсійної роботи. Товариства природознавства, гірничі товариства, їх просвітницька, екскурсійна діяльність. Перші екскурсійні організації. Перші друковані видання з питань екскурсознавства (журнал “Екскурсійний вісник”).**

**Розвиток теорії та практики, методики екскурсійної справи.**

**Становлення екскурсійної справи. Революція 1917 р. і перетворення в соціально-культурній сфері. Організація екскурсійної роботи. Екскурсійне управління Нарком освіти. Український державний центр туризму і краєзнавства учнівської молоді. Краєзнавство. Державне екскурсійне акціонерне товариство (1928 р.), товариство пролетарського туризму і екскурсій (1930 р.). Розробка основ екскурсійної методики (Б.Райков, В.Герд, Н.Анциферов та ін.) Профспілки та їх роль в організації та проведенні подорожей і екскурсій. Діяльність екскурсійних організацій в повоєнний період. Централізація туристсько-експкурсійних організацій, створення Центральної, республіканських, краєвих, обласних, міських рад по туризму і екскурсіях, бюро подорожей та екскурсій.**

**Розвиток екскурсійної справи на сучасному етапі. Конституція України.**

**Закон України “Про туризм”.**

**Сітка туристсько-експкурсійних організацій, їх структура, завдання і зміст роботи. Бюро подорожей та екскурсій. Структура бюро, його відділи, служби. Організація екскурсійного обслуговування. Диспетчерська служба. Робота з кадрами. Керівництво роботою бюро.**

**Організація і зміст методичної служби екскурсійної установи. Методичні служби екскурсійних установ. Методичний відділ – організатор і керівник методичної роботи в екскурсійній установі. Методичний кабінет – центр з організації і проведення довідково-консультивативної роботи, надання допомоги екскурсоводам, методистам в підготовці та проведенні екскурсій. Методична секція екскурсоводів – центр підвищення кваліфікації, професійної майстерності. Методична рада – громадський орган з питань методичної роботи.**

**Етапи удосконалення класифікації екскурсій. Сучасна класифікація екскурсій.**

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

**Характеристика екскурсії залежно від групових ознак. За змістом: оглядові й тематичні. За складом учасників для: дорослих і дітей, місцевого населення і туристів, сільського й міського населення, організованих груп та індивідуалів, бізнес-експкурсії. За місцем проведення: міські, заміські, музейні.**

**За способом пересування: пішохідні та з використанням різних видів транспорту.**

**За формою проведення: екскурсія-масовка, екскурсія-прогулянка, екскурсія-концерт, екскурсія-спектакль, екскурсія для спеціальної аудиторії, навчальна екскурсія, пробна екскурсія.**

**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 позиціями і фондами музеїв; підбір та вивчення екскурсійних об'єктів; складання та інспектування маршрутів; підготовка контрольного тексту екскурсії; мова екскурсовода; комплектування «портфеля екскурсовода»; вибір методичних засобів; складання методичних розробок; висновок методиста про текст і методичну розробку; прийом екскурсії; затвердження екскурсії.**

**Порядок складання технологічної карти екскурсії.**

Індивідуальний текст екскурсії, його особливості. Структура тексту.

Призначення методики проведення екскурсії. Загальна й часткова методика.

Характеристика методичних способів: асоціація щодо порядку часу, асоціація щодо єдності місця, словесні методи (усна розповідь, бесіда, пояснення, переказ змісту, цитування тощо).

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.

Поняття “тематична екскурсія”. Тематика екскурсій: історична, архітектурно-містобудівна, літературна, мистецтвознавча, природознавча (екологічна), виробнича.

Історичні екскурсії: історико-краєзнавчі, археологічні, етнографічні, військово-історичні, історико-біографічні, екскурсії до історичного музею.

Ідейно-виховне спрямування екскурсій. Детальне вивчення нових матеріалів з різних питань, забезпечення науковості і правдивості інформації. Використання прийомів зорової реконструкції, локалізації подій, широке використання допоміжних матеріалів.

Архітектурно-містобудівні екскурсії: з показом архітектурних споруд міста; показом пам'яток архітектури певного історичного періоду; з показом зразків сучасної архітектури; по новобудовах; розповідь про творчість окремого архітектора.

Літературні екскурсії: літературно-біографічні, історико-літературні, літературно-художні. Загальний та локальний матеріал екскурсії. Літературні і меморіально-літературні музеї. Прийоми показу та розповіді: цитування, літературний монтаж. Вимоги до мови, дикції, тону, ритму розповіді екскурсовода.

Мистецтвознавчі екскурсії: Різноманітність тематики: історико-театральні, історико-музичні, по центрах народних художніх промислів, по місцях життя і діяльності видатних діячів культури, в картинні галереї і виставкові зали, музеї і майстерні художників. Оглядові та тематичні екскурсії.

Особливості показу і розповіді на мистецтвознавчих екскурсіях: ілюстративні матеріали, техніка виготовлення, художньо-стильові особливості. Прийоми показу (рух навколо об'єкту розповіді).

Природознавчі екскурсії. Тематичні принципи побудови. Предмети і явища природи, їх взаємодія. Унікальні пам'ятки природи. Особливості підготовки екскурсій на природі. Класифікація природознавчих екскурсій: екологічні, гідрологічні, оглядові, ботанічні, геологічні, зоологічні. Об'єкти природознавчих екскурсій, їх специфіка, методи підготовки природознавчих екскурсій. Особливі методичні прийоми проведення природничих екскурсій: спостереження явищ природи, життя рослин і тварин, польові дослідження.

Виробничі екскурсії: виробничо-історичні, виробничо-економічні (банківська, біржова діяльність, ринок нерухомості), виробничо-технічні, професійно-орієнтовані.

Зміст, основа та принципи диференційованого підходу. Диференційований підхід до організації, змісту й методики підготовки та проведення екскурсій залежно від груп екскурсантів. Формування різних груп екскурсантів.

Особливості підготовки та проведення екскурсій для різних груп: учасників звичайної екскурсії, навчальних екскурсій, екскурсій для сільського населення, екскурсій для туристів, екскурсій для молоді тощо.

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 тур. гіда, екскурсовода.

Культура та техніка мови екскурсовода, їх складові. Невербалальні засоби мовлення.

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

## **«ТУРОПЕРЕЙТИНГ»**

Поняття «туроперейтингу». Роль туристичних підприємств із точки зору розвитку туризму та споживача (туриста). Туроператорська та турагентська діяльність підприємств сфери туризму. Структура туристичного ринку. Види діяльності туристичних фірм. Класифікація та види туроператорів. Туроператори масового ринку та спеціалізовані. Класифікація туроператорів за місцем діяльності. Класифікація ініціативних туроператорів залежно від активності їх співпраці з авіакомпаніями. Класифікація ініціативних туроператорів залежно від форм їх співпраці із зарубіжними курортами. Класифікація турагентів за ступенем залежності від туроператора та за обсягом виконаної роботи й формами співпраці з туроператором. Сутність ініціативного, рецептивного та внутрішнього туроперейтингу. Складність роботи ініціативного туроператора. Фактори, що враховують при визначенні ініціативного туроперейтингу.

Стратегії створення мережі турагенств. Формування мережі збути туроператорів. Канали просування і реалізації турпродукту. Formи організації збути туристичного продукту. Роль турагентів у турбізнесі. Система комісійних як основа взаємин між турагентом і туроператором. Різновиди агентських мереж. Фактори мікро- та макросередовища. Основні риси факторів зовнішнього середовища. Динамічні та статичні фактори. Ступінь впливу факторів зовнішнього середовища на туроперейтинг. Внутрішні фактори туроперейтингу. Оцінка їх впливу.

Структура туристичного продукту. Основні споживчі властивості туристичного продукту. Професійні стандарти працівників туристичної фірми. Загальна структура стандартів з туризму на Україні: «Туристичні послуги. Загальні вимоги». Діяльність туристичного оператора як закономірне поєднання робочих циклів туроператора відносно конкретних турів або програм. Основні етапи туроперейтинга.

Організація програмного обслуговування туристів. Пізнавальний (експурсійний) туризм. Програмне обслуговування туристів. Програма туру. Опис програми. Калькуляція туру. Структура туристичного продукту. Основні споживчі властивості туристичного продукту. Основні етапи тур-планування. Вибір схеми роботи туроператора при організації запланованого туру. Переваги й недоліки прямої та опосередкованої організації турів. Особливості організації турів через meet-компанію. Схеми співпраці туроператору з іноземним партнером. Сутність програмного туризму. Базова основа для розробки туристичних програм. Складові підходу до туристичного програмування: якість, оптимальність, психологічна підготовка до сприйняття програм. Класифікація програм туристичного відпочинку.

Професійно-кваліфікаційна характеристика працівників туристичної фірми. Професійні стандарти працівників туристичної фірми. Загальна структура стандартів з туризму на Україні: «Туристичні послуги. Загальні вимоги».

Класифікація груп клієнтів турфірми. Шкала потреб клієнтів та формування психологічного портрету потенційних туристів. Formи та стилі обслуговування клієнтів. Formування комунікаційні навичок персоналу фірми. Спеціальні прийоми ефективної комунікації в офісі турфірми. Нівелювання комунікативних бар'єрів.

Загальна характеристика договірної роботи. Вимоги до укладання договорів. Договірні відносини між туристськими підприємствами. Договірні відносини між туристськими підприємствами і підприємствами зовнішнього середовища. Договірні відносини між туристськими підприємствами і споживачами туристських послуг. Характеристика договірних документів у галузі туризму.

Схеми співробітництва туроператора з підприємствами готельної індустрії. Схеми співробітництва туроператора та постачальником туристичних послуг, назви, інтерпретації, аналіз. Схеми співробітництва туроператора із залізницями та автоперевізниками. Схеми співробітництва туроператора із судновласниками. Сутність та зміст маркетингу в туризмі. Головні функції маркетингу в туризмі. Рівні маркетингу в туризмі. Горизонтальна координація та кооперація маркетингових заходів у туризмі. Принципи маркетингу в туризмі. Технологія реалізації концепції маркетингу на туристичному підприємстві. Маркетингові стратегії на туристичному ринку.

## **«ЕКОНОМІКА МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ»**

Туризм, як важливий та динамічний сектор світової економіки. Сучасні фактори розвитку міжнародного туризму. Туризм, як чинник покращення та удосконалення якості життя.

Туристичні потреби. Особливості попиту та пропозиції туристичних послуг. Структура туристичного попиту. Структура туристичного споживання. Специфіка споживання туристичного продукту. Економічні вигоди міжнародного туризму. Позитивний вплив міжнародного туризму на країни світового співтовариства. Туризм, як визначальний фактор економічного зростання. Збільшення туристичних потоків у світі.

Специфіка туризму як об'єкта інвестування. Класифікація об'єктів інвестицій в сфері туризму. Види доходу від інвестицій у міжнародний туризм. Система управління інвестиційними процесами у туризмі. Стратегії інвестиційного розвитку міжнародного туризму. Інвестиційна політика туристичного підприємства. Державна інвестиційна політика сталого розвитку туризму. Економічний ефект від інвестицій у міжнародний туризм. Резерви росту інвестиційної привабливості міжнародного туризму. Іноземний досвід інвестиційного розвитку курортів та дестинацій. Податкове стимулювання іноземного інвестування в туризм. Міжнародні стандарти інвестування в інфраструктуру туризму.

Цінова політика на ринку туристичних послуг. Механізм ціноутворення на туристичні послуги. Вибір цінової стратегії туристичного підприємства. Процес вироблення цінової стратегії туристичного підприємства. Стратегія встановлення високих цін на туристичний продукт. Зниження цін на туристичні послуги, як важливе знаряддя конкуренції. Найважливіші фактори ціноутворення в міжнародному туризмі. Ціноутворення на основі витрат в туризмі. Ціноутворення з орієнтацією на рівень конкуренції в туризмі. Ціноутворення з орієнтацією на попит в туризмі.

Транспорт як одна з важливих складових матеріальної бази економіки. Формування транспортних систем різних держав. Транспортні послуги, як основна складова туристичного продукту. Організаційні зміни у транспортному обслуговуванні туристів. Зростання окремих складових матеріальної бази пасажирського транспорту. Вдосконалування рухомого складу і стаціонарних транспортних споруд. Вдосконалення організації транспортної діяльності й обслуговування. Вдосконалення інформаційної системи на транспорті. Організація чarterних авіаперевезень у міжнародному туризмі. Організація подорожей водним транспортом у міжнародному туризмі. Організація подорожей залізницею у міжнародному туризмі. Організація подорожей автотранспортом у міжнародному туризмі.

## «МЕНЕДЖМЕНТ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ»

Поняття та сутність менеджменту. Менеджмент як тип професійної діяльності. Поняття: «туризм», «галузь туризму» та «туристична індустрія». Основні підходи до вивчення менеджменту підприємств туристичної індустрії. Види та функції менеджменту. Характеристика загальних функцій менеджменту. Поняття та класифікація методів менеджменту. Регламентуючі методи управління: організаційні та адміністративні. Стимулюючі методи управління: економічні та соціально-психологічні. Організація управління туристичною індустрією в Україні.

Поняття, види та форми туризму. Типи туристів. Туристичний регіон. Туристичні дестинації. Ринкова модель соціально-економічної системи туризму. Дефініція «бізнес-процес». Особливості туризму як об'єкта управління. Поняття мети та завдань туристичного підприємства. Класифікація цілей. Система цілей туристичної організації: загальні та специфічні цілі, місія туристичного підприємства.

Поняття структури управління туристичного підприємства. Елементи структури управління: ланки, рівні, горизонтальні та вертикальні зв'язки. Фактори, що впливають на конкретну структуру управління. Види організаційних структур: їхня характеристика, переваги та недоліки. Основні етапи проєктування організаційної структури туристичного підприємства. Ефективність організаційної структури. Формальна та неформальна організації.

Сутність та види планування діяльності на туристичному підприємстві. Поняття плану і його види. Технологія планування діяльності туристичного підприємства. Рівні планування туристичним підприємством. Структура планування. Принципи планування. Способи та методи планування. Сутність стратегічного планування і його елементи. Модель стратегічного планування. Поняття поточного планування.

Безпосереднє зовнішнє середовище менеджменту туристичного підприємства. Фактори

макросередовища менеджменту підприємств індустрії туризму. Економічні функції туризму. Внутрішнє середовище туристичного бізнесу.

Сутність поняття менеджер. Ефективне керівництво та функції менеджера. Модель сучасного менеджера: критерії-вимоги до сучасного менеджера. Поняття влади та її основи. Баланс влади. Форми впливу керівників на підлеглих. Специфіка впливу: емоційний і розумовий вплив. Способи позитивного впливу. Лідерство та авторитет менеджера. Інноваційні підходи до лідерства. Резонансне лідерство. Емоційний інтелект керівника. Основні види керівництва. Поняття стилю керівництва та фактори що впливають на нього. Класифікація стилів керівництва. Ефективність різних стилів роботи керівника.

Сутність поняття «мотивація». Теорії мотивації. Використання в управлінні методів психології. Поняття потреби, винагороди та їхні види. Змістовні теорії мотивації: ієархія потреб за А. Маслоу, модель мотивації Ф. Герцберга, теорія мотивації Д. Макклелланда. Елементи системи мотивації праці. Дії кадрової служби для мотивації праці на туристичних підприємствах. Сутність стимулювання, його види. Вимоги до організації стимулювання праці.

Поняття персоналу туристичного підприємства. Специфіка управління людськими ресурсами в індустрії туризму. Концепція управління персоналом. Функції кадової служби. Кадрове планування на туристичному підприємстві. Етапи проєктування кадової політики. Планування потреби в персоналі та методи визначення потреби в персоналі. Внутрішній і зовнішній ринки робочої сили: переваги й недоліки. Джерела відбору персоналу. Специфіка оцінки персоналу та її основні цілі. Методи оцінки персоналу. Засоби відбору та оцінки претендентів. Сутність поняття «атестація». Етапи проведення атестації. Поняття ділової кар'єри та її види. Етапи ділової кар'єри. Плинність кадрів. Адаптація та її різновиди.

Природа та функції конфлікту. Конфлікти з туристами та причини їх виникнення. Методи запобігання конфліктів з туристами. Правила поведінки в конфліктних ситуаціях. Стадії розв'язання конфлікту. Конфлікти між туроператором та його діловими партнерами (постачальниками) і агентами. Причини внутрішніх конфліктів на підприємстві. Основні структури внутрішнього світу особистості, що вступають у конфлікт. Види внутрішніх особистісних конфліктів. Міжособистісний конфлікт і способи його розв'язання. Поняття групового конфлікту та його види. Модель конфлікту. Управління конфліктами. Поняття стресу. Модель стресової ситуації. Фактори, що викликають стрес. Симптоми стресу. Методи запобігання стресу.

## «МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА ТА PR-ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИЗМІ»

Цілі, принципи, завдання та функції маркетингу. Сутність виробничої, товарної, збутової, комунікаційної концепцій. Система засобів маркетингу. Суб'єкти та об'єкти маркетингу. Система засобів маркетингу та їх структура (концепція «4Р+»). Поняття «маркетингова суміш» (marketing-mix).

Специфіка маркетингу послуг в туризмі. Сутність поняття «послуга», маркетингова послуга», «туристична послуга». Специфіка та характеристика маркетингу послуг. Товар і послуга в туризмі: спільне та відмінне. Функції маркетингу в туризмі. Класифікація маркетингових послуг у туризмі. Туристичне підприємство як базова структура реалізації концепції маркетингу.

Вивчення потреб і поведінки споживачів. Вибір цільових сегментів туристичного ринку. Методи виявлення факторів, що визначають попит і споживання товарів (послуг). Категорії покупців. Ринок споживачів. Процес ухвалення рішення про купівлю: усвідомлення проблеми, пошук інформації, оцінка варіантів, прийняття рішення про купівлю, реакція на купівлю. Особливості функціонування туристичного ринку (сезонність і циклічність). Сегментація туристичного ринку (географічні, демографічні, соціально-економічні, психографічні, поведінкові).

Напрями та специфіка маркетингових досліджень в індустрії туризму. Маркетингові дослідження за видами. Система маркетингової інформації туристичного підприємства та її функції. Первинна та вторинна інформація: джерела, особливості, позитивні та негативні властивості. Вивчення середовища маркетингу туристичного підприємства. Маркетингове дослідження туристичного ринку. Маркетингове дослідження туристичного продукту.

Маркетингове дослідження конкурентів. Маркетингове дослідження споживачів туристичних послуг.

Маркетингові стратегії діяльності туристичного підприємства: продуктова та ціноутворення. Суть стратегічного маркетингового планування. Маркетингові стратегії на різних етапах життєвого циклу товару (послуги). Маркетингова продуктова стратегія: формування, основні етапи, «вихід на ринок». Маркетингові стратегії на різних етапах життєвого циклу товару (послуги). Стратегічні підходи до установлення цін на справжню новинку, «знімання вершків» або міцне впровадження на ринок. Маркетингова цінова політика туристичного підприємства. Вибір метода ціноутворення. Визначення і реалізація цінової стратегії.

Маркетингова збутоva стратегія діяльності туристичного підприємства. Сутність стимулювання збуту, його завдання, форма і засоби здійснення. Формування збутової стратегії туристичного підприємства. Канали збуту туристичного продукту. Вибір посередників та визначення оптимальної форми роботи з ними. Використання договірної документації в процесі маркетингової збутової стратегії діяльності туристичного підприємства.

Маркетингова комунікаційна стратегія туристичного підприємства. Комплекс інтегрованих маркетингових комунікацій: основні та синтетичні. Розробка комунікаційної стратегії туристичного підприємства. Визначення адресата та цілей комунікації. Імідж та репутація підприємства як складова маркетингової комунікаційної стратегії.

Організація та контроль маркетингової діяльності на туристичному підприємстві. Маркетинг в системі управління діяльністю підприємств в умовах ринкової економіки. Зміст управління маркетингом. Менеджмент у службі маркетингу. Схеми організації маркетингових відділів і служб на підприємстві: функціональна по географічному принципу, по товарному виробництву, по ринковому принципу, по товарно-ринковому принципу. Основні форми взаємодії керівництва підприємства з маркетинговими підрозділами. Організаційно-управлінські функції маркетингової служби: планування, організація і контроль маркетингової служби підприємства.

Реклама та PR-технології в системі маркетингових комунікацій. Реклама та PR-технології – основний засіб комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій.

Суть і характеристика туристичної реклами в сучасних умовах. Складові реклами: рекламні дослідження, стратегія й тактика реклами. Особливості сучасного рекламного процесу в туризмі. Учасники рекламного процесу (рекламодавці, виробники реклами, розповсюджувачі, споживачі) та їх функції. Специфіка застосування моделі рекламної комунікації у туризмі.

Засоби поширення реклами та розробка рекламного звернення. Засоби поширення реклами та основні вимоги до них. Сутність рекламного звернення, особливості розробки у туризмі. Проблеми рекламної творчості: задум рекламного звернення (графіка, стиль, форма, дизайн, колір). Особливості використання різних рекламних засобів у туризмі (переваги і недоліки).

Вплив туристичної реклами на туристичний імідж регіону. Поняття «туристичний імідж». Фактори впливу туристичної реклами на туристичний імідж регіону. Діяльність структур, що формують туристичний імідж регіону. Подієвий маркетинг в туризмі. Соціальна реклама у туризмі.

Брендинг у туризмі. Брендинг у туризмі та його комунікативні характеристики. Туристичний бренд та туристичний брэндинг: особливості, спільне та відмінне. Розвиток вітчизняного туристичного брэндингу. Туристичний бренд України. Туристичний брэндинг українських міст та територій (дестинацій).

Рекламний менеджмент у туризмі. Розробка рекламного бюджету та планування рекламної кампанії. Рекламний менеджмент у туризмі: суть, засоби, основні складові, цілі та завдання. Медіапланування: суть, етапи здійснення. Процес сприйняття реклами. Особливості проведення рекламних кампаній: класифікація, цілі, етапи проведення. Контроль рекламної та PR-діяльності. Розробка рекламного бюджету.

Оцінка ефективності реклами. Попереднє тестування і посттестування реклами. Методи оцінки економічної ефективності реклами. Методи оцінки комунікативної ефективності реклами. Методи оцінки психологічної ефективності реклами.

PR – технології в туризмі: суть, місія, можливості. Суть, характеристика, основні цілі PR. Напрями практичної реалізації можливостей PR на рівні функціонування конкретного туристичного підприємства. Особливості організації PR-кампанії в туризмі.

Підготовка персоналу туристичного підприємства до реалізації PR – заходів. Планування PR-заходів туристичним підприємством. Розробка PR – документації.

## **«КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У СФЕРІ ТУРИЗМУ»**

Поняття «комунікації»: сутність, структура, моделі, класифікація. Ключові функції/потреби комунікації. Комунікація та спілкування, комунікація та інформація: спільне та відмінне. Комунікативний процес. Комунікативні перешкоди. Комунікативні впливи. Індустрія туризму як складова сфери туризму: комунікаційна та комунікативна природа взаємозв'язків. Вертикальні та горизонтальні, внутрішньо корпоративні та зовнішні комунікації у сфері туризму. Комунікативний менеджмент у сфері туризму: сутність, природа, особливості застосування. Функціональні характеристики комунікативного менеджменту у сфері туризму. Особливості здійснення комунікацій в умовах поширення та протидії пандемії COVID-19.

Наукові та практичні аспекти застосування психодіагностики у сфері туризму. Зміст, основні поняття, методи. Соціальна перцепція як основа успішної комунікативної взаємодії фахівця сфери туризму. Лінгвістичне та паралінгвістичне спілкування у середовищі туристичного бізнесу. Місце і роль туристичної інформації в позиціонуванні комунікативних практик індустрії туризму. Психодіагностичні особливості споживача туристичних послуг, їх класифікаційні ознаки. Психотипи туристів. Еволюція образу мандрівника. Турист і мандрівник: спільне та відмінне. Мотиваційні аспекти поведінки туристів. Маркетингові аспекти мотивації мандрівників: зарубіжний та вітчизняний досвід.

Компетенція та компетентність: спільне та відмінне. Психоемоційна складова професійних компетенцій та компетентностей фахівців сфери туризму. Портфоліо як документ відображення інтегрованої комунікативної компетентності фахівця сфери туризму. Особливості конструювання моделей комунікативної компетентності фахівців сфери туризму з урахуванням таких її різновидів, як: мовна, риторична, патріотична, міжкультурна, етнокультурна, полієтнічна. Комунікативна компетентність фахівця сфери туризму в умовах поширення та протидії пандемії COVID-19.

Національно-патріотичне виховання здобувачів вищої освіти туризмознавчих спеціальностей як складова формування їх професійних компетенцій. Передумови формування патріотичної компетентності. Класифікаційні ознаки патріотичної компетентності. Мовна компетентність фахівця сфери туризму в структурі патріотичної компетентності. Патріотичне портфоліо професійних компетентностей майбутнього працівника вітчизняної сфери туризму з урахуванням професійних умінь, знань, навичок і загальнолюдських цінностей. Архетипно-наративний підхід до формування соціогуманітарної компетентності фахівця сфери туризму в умовах воєнного стану в Україні.

Особистісний імідж: сутність, класифікація. Роль первого враження у формуванні іміджу. Фактори, що впливають на формування особистісного іміджу. Сумісність понять: «особистісний» та «корпоративний імідж». Моделювання власного особистісного іміджу майбутнім фахівцем індустрії туризму. Репутація фахівця та репутація підприємства: взаємозв'язок понять. Репутаційний менеджмент як складова комунікативної та комунікаційної політики підприємств сфери туризму.

Базові поняття риторики. Особливості використання засад риторичного менеджменту у процесі комунікативної взаємодії фахівців сфери туризму. Промова як основна форма комунікативної активності фахівця сфери туризму. Мовна та риторична компетентності: точки перетину під час комунікативної взаємодії.

Особистий і персональний продажі туристичного продукту. Чотири заповіді фахівця індустрії туризму (знання товару; знання покупця; знання технології продажу з використанням психологічних інструментів впливу на покупця; управління собою). Психоемоційна підготовка менеджера до публічних виступів, проведення майстер-класів, презентацій. Методики і практики проведення вебінарів, інтерв'ю, телефонних розмов тощо.

Поняття, проблеми та особливості міжкультурного спілкування. Поняття культури в міжкультурній комунікації. Типологія культур: моноактивна, поліактивна та реактивна, колективістська та індивідуалістська, вербальна та невербальна. Національні стереотипи. Міжкультурна та полієтнічна компетентності менеджера туристичного бізнесу під час

спілкування з представниками різних етнічних спільнот. Особливості формування поліетнічної компетентності.

## **«ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»**

Сучасна термінологія та поняттєвий апарат міжнародного туризму. Загальні питання правового регулювання туризму в світі. Правовий статус міжнародних туристичних організацій. Міжнародні конференції з регулювання туризму. Туристичне законодавство зарубіжних країн.

Історія створення ЮНВТО. Система постійних діючих органів ЮНВТО. Дослідження основних напрямів діяльності ЮНВТО. Допоміжні структурні підрозділи ЮНВТО. Співробітництво України з ЮНВТО.

Поняття та зміст туристичних формальностей. Паспортні та візові формальності. Митні та валютні формальності. Безпека туризму та страхування. Санітарно-епідеміологічні формальності.

Поняття, цілі, функції та методи державного регулювання туристичної діяльності. Становлення системи державного регулювання розвитку туризму. Нормативно-правове забезпечення державного регулювання туристичної діяльності. Особливості візової політики та перспективи лібералізації візового режиму з іноземними країнами. Моделі державного регулювання розвитку туризму.

Поняття і види підприємницької діяльності в галузі туризму. Державна реєстрація туристичного підприємства. Ліцензування туристичної діяльності. Стандартизація та сертифікація туристичних послуг. Правове регулювання кадрового забезпечення діяльності туристичних підприємств.

Встановлення договірних відносин туристичного оператора з постачальниками послуг та агентами. Правові аспекти взаємодії туристичного підприємства та споживачів туристичних послуг. Захист прав та інтересів споживачів туристичних послуг. Особливості зовнішньоекономічної діяльності туристичних підприємств. Специфіка укладання договорів з іноземними туристичними підприємствами.

### **Структура оцінки вступного випробування**

Фахове вступне випробування для здобуття освітнього ступеня «Магістр», галузі знань 24 «Сфера обслуговування» за спеціальністю 242 «Туризм» освітньої програми «Міжнародний туризм» комплексно охоплює перелік освітніх компонентів циклу професійної та практичної підготовки, які вивчалися студентами в університеті під час здобування освітнього ступеня «Бакалавр».

Фахове вступне випробування проводиться у формі тестування, при цьому тестові завдання складаються з двох компонентів:

- запитальної (змістової) частини;
- 3-4 варіантів відповідей до кожного тестового завдання.

Для оцінювання відповідей використовується шкала від 100 до 200 балів, тобто кожен білет містить 50 (п'ятдесят) тестових запитань, кожна правильна відповідь оцінюється в 2 бали.

Мінімальна кількість балів для позитивної оцінки складає 124.

### **Порядок оцінювання вступників**

Фахове вступне випробування проводиться за наступним порядком. Спочатку абитурієнти отримують індивідуальні стандартні бланки для внесення своїх відповідей на тестові завдання і окремо бланки з тестовими завданнями. Викладач-екзаменатор пояснює порядок заповнення бланку оцінювання знань, на якому абитурієнти вказують прізвище з ініціалами, варіант завдання, дату проведення тестування.

Надалі абитурієнти самостійно працюють над розв'язанням тестів, проставляючи обрану відповідь на кожне з тестових завдань поряд з номером запитання.

Розрахунок оцінки фахового вступного випробування здійснюється за наступною формулою:

$$ОФВВ = 100 + 2 \cdot X,$$

де      ОФВВ – оцінка фахового вступного випробування,  
          Х – кількість правильних відповідей на тестові запитання.

### **Критерії оцінювання знань фахового вступного випробування**

Для оцінювання знань вступника під час проведення фахового вступного випробування використовують критерії, згідно яких оцінюється спроможність вступників вирішувати практичні завдання професійної діяльності на підприємствах готельно-ресторанного і туристичного бізнесу та здійснювати в них організаційні, управлінські, економічні та виробничі процеси. Детальна характеристика критеріїв оцінювання знань абітурієнтів подана в таблиці 1.

*Таблиця 1*  
Критерії оцінювання знань фахового вступного випробування

Критерії оцінювання	Шкала оцінювання 100-200 балів	Значення оцінки
Вступник виявляє особливі здібності, вміє самостійно узагальнювати і систематизувати знання, вільно відповідає на ускладнені запитання, з використанням міжпредметних зв'язків; самостійно характеризує процеси у готельно-ресторанному бізнесі, виявляє особисту позицію щодо них; уміє виокремити проблему і визначити шляхи її розв'язання.	181-200	відмінно
Вступник вільно володіє вивченим обсягом матеріалу та проявляє знання у стандартних ситуаціях, застосовуючи необхідну термінологію; розкриває суть фахових понять; характеризує основні положення освітньої компоненти, допускаючи у відповідях неточності; розв'язує стандартні завдання; виправляє власні помилки.	152-180	добре
Вступник відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень; дає визначення окремих понять, у відповідях може допускати помилки.	124-151	задовільно
Вступник фрагментарно характеризує визначення основних понять; володіє матеріалом на рівні елементарного розпізнавання; відповідає на запитання, що потребують однослівної відповіді. Має уявлення про освітню компоненти, плутається в спеціальній термінології.	100-123	незадовільно

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

### «ТУРИСТИЧНЕ КРАЇНОЗНАВСТВО»

1. Устименко Л.М., Булгакова Н.В. Туристичне країнознавство : практикум. Київ : Ліра-К, 2018. 48 с.
2. Устименко Л.М., Булгакова Н.В. Регіональне середовище туристичної діяльності : практикум. Київ : Ліра-К, 2018. 52 с.
3. Устименко Л.М., Булгакова Н.В. Культурно-рекреаційні потреби в контексті розвитку туризму. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2019. № 2. С. 226-230.
4. Устименко Л.М. Вплив світових субкультур на формування інноваційних видів туризму. *Питання культурології* : зб. наук. праць. 2019. № 35. С. 159 – 168.
5. Устименко Л.М. Регіональні відеоекологічні особливості туристичних центрів. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Туризм*. 2018. № 1. С. 55 – 64.
6. Устименко Л.М. Туристичні ресурси як формуючий чинник туристичного брендингу. *Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації* : тези доповідей VI Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 11–12 квіт., 2019 р.). М-во освіти і науки України, М-во культури України ; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв ; Київ. ун-т культури ; Ф-т готельно-ресторанного і турист. бізнесу. Київ : КНУКіМ, 2019. С. 143-145.
7. Аріон О.В., Уліганець О.В. Географія туризму : навч.-метод. посіб. Київ : Альтерпрес, 2013. 266 с.
8. Мальська М.П., Гамкало М.З., Бордун О.Ю. Туристичне країнознавство. Європа : навч. посіб. М-во освіти і науки України ; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. Київ : ЦУЛ, 2009. 222 с.
9. Стафійчук В.І., Малиновська О.Ю. Туристичне країнознавство : навч. посіб. Херсон : ОЛДІ-Плюс, 2016. 808 с.
10. Стафійчук В.І., Малиновська О.Ю. Туристичне країнознавство: туристичні ресурси світу : навч. посіб. Київ, 2009. 427 с.
11. Любіцева О.О., Третяков О.В. Типізація дестинацій. *Географія і туризм*. 2012. № 17. С. 3–9.
12. Смаль І.В. Туристичні ресурси світу : навч. посіб. Ніжин, 2010. 336 с.
13. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. від 16 березня 2017 р. № 168-р.
14. UNWTO : World Tourism Organization: <http://www2.unwto.org/>
15. Департамент туризму та курортів. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України :<http://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=3e42d3b8-108a-4c21-a413-8d80aa724e5c&title=ViddilRozvituTurizmu>
16. Travel To: <https://www.travel2.com.ua/>
17. Все про туризм – Туристична бібліотека: <http://infotour.in.ua/index.htm>
18. Міністерство закордонних справ України: <https://mfa.gov.ua/ua>

### «ОРГАНІЗАЦІЯ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»

1. Про туризм: Закон України № 324/95-ВР. Редакція від 16.10.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-vr> (дата звернення 02.08.2021).
2. Про державний кордон України: Закон України № 1778-ХІІ. Редакція від 01.01.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1777-12> (дата звернення: 02.08.2021).
3. Про захист прав споживачів: Закон України № 1024-ХІІ. Редакція від 01.08.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12> (дата звернення: 02.08.2021).
4. Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України: Закон України. Редакція від 01.01.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3857-12> (дата звернення: 02.08.2021).
5. Про освіту : Закон України від 01.07.2014 р. № 1556-VII. Редакція від 05.07.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19> (дата звернення: 02.08.2021).
6. Байлик С.І. Технологія туристської діяльності: конспект лекцій. Харків : ХНАМГ, 2007. 139 с.
7. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці : КНИГИ-XXI, 2003. 300 с.
8. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг. Київ : Альтерпрес, 2002. 436 с.
9. Любіцева О.О. Методика розробки турів. Київ : Альтерпрес, 2003. 104 с.
10. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 272 с.

11. Мініч І.М. Навчально-методичний посібник для вивчення дисципліни «Технологія туристської галузі». Київ : КУТЕП, 2006. 163 с.
12. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва. Київ : Центр навчальної літератури, 2007. 344 с.
13. Ткаченко Т.І. Організація екскурсійної діяльності: навчально-методичний комплекс дисципліни підготовки освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавр спеціальності 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності». Київ : КНУКіМ, 2019. 155 с.
14. Козловський Є.В., Ткаченко Т.І. Організаційно-правові засади здійснення зовнішньоекономічної діяльності суб'єктами туристичного бізнесу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 11. С. 116-120.
15. Палеха В.І., Карпова П.В. Менеджмент організацій : навч. посіб. Запоріжжя : ЗНУ, 2015. 120 с.
16. Стецюк В.В., Рудько Г.І., Ткаченко Т.І. Екологічна геоморфологія України : навч. посіб. для студентів ВНЗ. Київ : Вища шк., 2009. 368 с.
17. Стецюк В., Пазинич В., Ткаченко Т. Природна та етнокультурна спадщина України : новітні дослідження : навч. посіб. Київ : Вища школа, 2012. 344 с.
18. Стецюк В., Рудько Г., Ткаченко Т. Основи екологічної геоморфології : навч. посіб. Київ : Вища шк., 2009. 367 с.
19. Ткаченко Т. E-tourism, як прояв домінуючого критерію сучасного Туристична справа: актуальні положення, інструменти, використання. *Proceedings of the IV International Scientific and Practical Conference «Science and Education – Our Future». World Science*. 2017. №12(28), P. 21-30.
20. Ткаченко Т.І., Козловський Є.В. Вплив глобальних дистрибутивних систем на розвиток сучасного туристичного бізнесу. *Економіка та держава*. 2018. № 6. С. 56-59.
21. Чорненька Н.В. Організація туристичної індустрії. Київ : Атіка, 2006. 264 с.
22. Tkachenko T., Kovalska L. E-tourism, as display of dominant criterion of modern tourism-operating: relevant provisions, tools, use. *Часопис соціально-економічної географії*. Харків. 2017. Вип. 23 (2). С.19-22.
23. Tkachenko T., Pryhara O., Zatsepina N., Bryk S., Holubets I., Havryliuk. The current state and prospects of travel business development under the COVID-19 pandemic. *IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security*, 2021. No.12, Vol.21. p. 664-674.
24. Офіційний сайт туристичного оператора ТЕЗ ТУР: URL: <https://tourist.tez-tour.com/>
25. Офіційний сайт туристичного оператора ОРБІТА: URL: <https://samo.orbita.ua/>
26. Офіційний сайт туристичного оператора ПЕГАС ТУРИСТИК УКРАЇНА: URL: <https://pegast.com.ua/>
27. Офіційний сайт туристичного оператора АНЕКС ТУР УКРАЇНА: URL: <http://samo.anextour.com/>
28. Офіційний сайт туристичного оператора АЛЬФ: URL: <https://alf.ua/>
29. Офіційний сайт туристичного оператора МУЗЕНІДС ТРЕВЕЛ УКРАЇНА: URL: <http://www.mouzenidis.ua/>
30. Офіційний сайт туристичного оператора КОРАЛ ТРЕВЕЛ УКРАЇНА: URL: <http://online.coraltravel.com.ua/>
31. Офіційний сайт туристичного оператора КОМПАС УКРАЇНА: URL: <http://online.kompastour.com.ua/>
32. Офіційний сайт туристичного оператора АКОРД ТУР: URL: <https://www.accordtour.com/>

### **«ТУРОПЕРЕЙТИНГ»**

1. Про туризм: Закон України № 324/95-ВР. Редакція від 16.10.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-vr> (дата звернення 02.08.2021).
2. Про державний кордон України: Закон України № 1778-ХII. Редакція від 01.01.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1777-12> (дата звернення: 02.08.2021).
3. Про захист прав споживачів: Закон України № 1024-ХII. Редакція від 01.08.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12> (дата звернення: 02.08.2021).
4. Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України: Закон України. Редакція від 01.01.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3857-12> (дата звернення: 02.08.2021).

5. Про освіту : Закон України від 01.07.2014 р. № 1556-VII. Редакція від 05.07.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19> (дата звернення: 02.08.2021).
6. Барна М.Ю. Туropерейтинг та організація туристичних подорожей: конспект лекцій для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня: Львів: Видавництво ЛТЕУ, 2019. 221 с.
7. Брич В.Я. Туropерейтинг. Тернопіль : Економічна думка ТНЕУ, 2017. 440 с.
8. Ведмідь Н.І. Курортний туropерейтинг. Київ : КНТЕУ, 2016. 202 с.
9. Галасюк С.С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності. Херсон: ОЛДПЛЮС, 2016. 248 с.
10. Герасименко В.Г. Організація туристичних подорожей та перевезень. Харків : Бурун Книга, 2011. 135 с.
11. Гуменюк Г.М. Організація туристичних подорожей. Івано-Франківськ: НАІР, 2014. 364 с.
12. Корсак Р. Організація туристичних подорожей. Ужгород: Інвазор, 2016. 40 с
13. Мальська М., Худо В. Туристичний бізнес. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 272 с.
14. Слюнсько Ю.Ю., Ткаченко Т.І. Практичні рекомендації щодо удосконалення принципів організації роботи сучасної системи бронювання проекту «Chartershop» (готельно-ресторанний та туристичний аспект). Актуальні наукові дослідження в сучасному світі. Переяслав, 2020. Вип. 11(67), ч. 5. С.59-66.
15. Ткаченко Т.І. Туropерейтинг: навчально-методичний комплекс освітньої компоненти підготовки освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавр спеціальності 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності». Київ: КНУКіМ, 2019. 92 с.
16. Михайличенко Г.І. Туropерейтинг. Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 304 с.
17. Slatvinsky M., Bondarenko I., Ovcharenko A., Stovba T., Tkachenko T. COVID-19 pandemic influence on global business environment. IJHS The International Journal of Health Sciences. 2022. Vol.6. No.1. p. 277-290.
18. Tkachenko T., Pryhara O., Zatsepina N., Bryk S., Holubets I., Havryliuk. The current state and prospects of travel business development under the COVID-19 pandemic. IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security, 2021. No.12, VoL.21. p. 664-674.
19. Borutska Y., Sereda N., Manko A., Kozlovskyi Y., Tkachenko T., Poltavskaya O. Tourism industry in the European Union Countries. Journal of Interdisciplinary Research. 2021. No 11/02/XXII. (Vol. 11, Issue 2, Special Issue XXII.), Vol. 29. p. 148-154.
20. Pletsan K., Kozlovskyi Y., Tkachenko T., Dmitrenko G., Verezomska I., Irtyshcheva I. Creative industries in the socio-cultural space. Journal of Interdisciplinary Research. 2021. No 11/02/XXII. (Vol. 11, Issue 2, Special Issue XXII.), Vol. 29. p. 124-128.
21. Kovalska L., Shchuka H., Mikhailuk A., Zagnibida R., Tkachenko T. Development of tourism in the epoch of economically-politically reforms and war in Ukraine. Journal of Geology, Geography and Geoecology. 2020. No 1, Vol. 29. p. 94-101
22. Ткаченко, Т., Антоненко, А., Дзюндзя, О., Криворучко, М., Стукальська, Н. (2022). Моделювання концептуальних зasad діяльності готелю-люкс у Солом'янському районі в м. Києві. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації, 5(1), 63–80.
23. Ковальська Л.В., Ткаченко Т.І. (2022). Вплив туризму на економіку в період пандемії. Людина та довкілля. Проблеми неоекології, 37, 54-61.
24. Ковальська Л., Ткаченко Т. Розробка концептуальних зasad діяльності проектування готелів (на прикладі рішення 5 зіркового столичного готелю-люкс). Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: Географія. Том 51 № 2, 2021. С. 146-156.
25. Офіційний сайт туристичного оператора ТЕЗ ТУР: URL: <https://tourist.tez-tour.com/>
26. Офіційний сайт туристичного оператора ОРБІТА: URL: <https://samo.orbita.ua/>
27. Офіційний сайт туристичного оператора ПЕГАС ТУРИСТІК УКРАЇНА: URL: <https://pegast.com.ua/>
28. Офіційний сайт туристичного оператора АНЕКС ТУР УКРАЇНА: URL: <http://samo.anextour.com/>
29. Офіційний сайт туристичного оператора АЛЬФ: URL: <https://alf.ua/>
30. Офіційний сайт туристичного оператора МУЗЕНІДЕС ТРЕВЕЛ УКРАЇНА: URL: <http://www.mouzenidis.ua/>

31. Офіційний сайт туристичного оператора КОРАЛ ТРЕВЕЛ УКРАЇНА: URL: <http://online.coraltravel.com.ua/>
32. Офіційний сайт туристичного оператора КОМПАС УКРАЇНА: URL: <http://online.kompastour.com.ua/>
33. Офіційний сайт туристичного оператора АКОРД ТУР: URL: <https://www.accordtour.com/>

### **«ЕКОНОМІКА МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ»**

1. Бурдейна А.В. Поїздки за кордон: працевлаштування, туризм, візові документи. Київ : Видавець Фурса С.Я., 2006. 72 с.
2. Городня Т.А. Економіка туризму: теорія і практика : навч. посіб. Київ : Кондор, 2012. 435 с.
3. Камушков О.С. Економіка туризму : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Запоріжжя ; Дніпро : Акцент ПП, 2012. 192 с.
4. Кіптенко В.К. Менеджмент туризму : підручник. Київ : Знання, 2010. 502 с.
5. Козловський Є.В. Правове регулювання туристичної діяльності : навч. посіб. Київ : Вид-во "Центр навчальної літератури", 2015. 272 с.
6. Корпоративне управління в туризмі : навч. посібник для студ. вищ. навч. закл. Запоріжжя, 2011. 222 с.
7. Косташук В.І. Економіка і ціноутворення в галузі туризму : навч. посіб. Чернівці : Рута, 2012. 135 с.
8. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) : навч. посіб. Київ: Альтерпрес, 2006. 436 с.
9. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник. Київ : Знання, 2012. 661 с.
10. Михайліченко Г.І. Інноваційний розвиток туризму : монографія. Київ : КНТЕУ, 2012. 607 с.
11. Поклонський Ф.Ю. Теоретичні та практичні аспекти управління розвитком малого підприємства сфери туризму : монографія. Донецьк : ДонНУЕТ, 2013. 207 с.
12. Свірідова Н.Д. Управління регіональним розвитком туризму: підручник. Луганськ : Ноулідж, 2010. 214 с.
13. Ткаченко Т.І. Економіка готельного господарства і туризму : навч. посіб. Київ : КНТЕУ, 2005. 180 с.

### **«МЕНЕДЖМЕНТ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ»**

1. Андренко І.Б. Менеджмент туризму: навч. посіб. для студентів ВНЗ. Харків : ХНУМГ, 2019. 402 с.
2. Бабенко О.В. Особливості формування системи менеджменту на туристичних підприємствах корпоративного типу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. №9. С.111-113.
3. Балашова Р.І. Організація діяльності туристичного підприємства : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2012. 184 с.
4. Білоусов О.М., Лугінін О.Є., Соколова Л.В. Менеджмент туристичної галузі : підручник. Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2017. 580 с.
5. Болотова А.К. Психологія організації часу : навч. посібник для студентів вузів. Аспект Пресс, 2016. 254 с.
6. Буняк Н.М. Самоменеджмент як мистецтво саморозвитку особистості. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип.18. URL: <http://global-national.in.ua/archive/182017/36.pdf>
7. Кіптенко В.К. Менеджмент туризму : підручник. Київ : Знання, 2010. 502 с.
8. Колпаков В.М. Самоменеджмент : навч. посіб. Київ : Персонал, 2008. 528 с.
9. Мальська М.П., Худо В.В., Занько Ю.С. Організація туристичного обслуговування : підручник. Київ : Знання, 2017. 275 с.
10. Примак Т.Ю. Тайм-менеджмент як інструмент підвищення ефективності діяльності туристичного підприємства. *Ефективна економіка*. 2019. Т.2. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/handle/123456789/30819>
11. Сахно О.В., Денисова А.В. Самоменеджмент: навчально-методичний посібник до самостійного вивчення спецкурсу «Тайм-менеджмент». Біла Церква : БНПО УМО, 2017. 146 с.

12. Самоменеджмент. Навчальний посібник / укладач: З.М. Шильнікова; ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка». Старобільськ: Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2022. 224 с.
13. Скібіцька Л.І. Тайм-менеджмент : навч. посіб. для студ. економ. вузів. Київ: Кондор, 2019. 528 с.
14. Чайка Г.Л. Самоменеджмент менеджера : навч. посіб. Київ: Знання, 2014. 422 с.
15. Школа І.М., Корольчук О.П. Менеджмент туризму: підручник. Чернівці : Книги-ХХІ, 2011. 464 с.
16. Плецен Х.В. Формування професійних компетенцій фахівця-туризмознавця в умовах пошуку нової парадигми в соціокультурному середовищі. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв: наук. журнал*. 2018. № 2. С. 118-123.
17. Плецен Х.В. Корпоративна культура фахівців сфери туризму : стан, проблеми та перспективи розвитку. *Ефективна економіка*. 2018. № 5. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua>.
18. Плецен Х.В., Гаврилюк А.М. Тайм-менеджмент як складова успішної комунікативної взаємодії в індустрії туризму України. *Ефективна економіка*. 2016. № 1. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua>.
19. Плецен Х.В. Тайм-менеджмент. Самоменеджмент в сфері туризму: навчально-методичний комплекс. Київ: Видавництво Ліра-К. 2018. 140 с.
20. Плецен Х.В. Особливості розвитку критичного мислення у майбутніх фахівців соціокультурного середовища як інструмент ціннісно-орієнтованого підходу в освіті. *Ціннісно-орієнтований підхід в освіті і виклики євроінтеграції: матер. Міжнар. наук.-метод. конф. (Суми, 29-30 травня 2020 р.)* Суми: Сумський державний університет, 2020. С. 90-93.
21. Плецен Х.В. Інновації формування організаційної культури в сфері туристичного бізнесу. *Матеріали Х Міжнар. наук.-практ. конф. «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання» : 21-22 березн. 2019 р., м. Черкаси : у 2-х томах*. Черкаси: ЧДТУ. 2019. С. 62-66.
22. Плецен Х.В. Психологічні аспекти управління конфліктом як інструмент оптимізації професійної діяльності фахівців індустрії гостинності. *Науковий вісник БДФЕУ. Гуманітарні науки. Спецвипуск «Соціальна робота та кадрова політика»: збірник наукових праць*. Чернівці: Технодрук. 2015. С. 114-121.
23. Плецен Х.В. Портфоліо компетентностей сучасного менеджера: сутність, умови та фактори побудови. *Сучасні особливості формування і управління інноваційним потенціалом регіонального розвитку туризму та рекреації із зачлененням молодіжного ресурсу : зб. тез доповідей міжнар. наук.-практ. конф., (Тернопіль, 15–17 жовтн. 2015р.)*. Тернопіль: ФОП Паляниця В. А. 2015. С. 277-279.
24. Зараховський О.Є. Концепції використання нерухомих об'єктів культурної спадщини як туристично-екскурсійного ресурсу. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм: наук. зб.* 2018. Вип. 2. С. 34-44.
25. Зараховський О. Оцінка атрактивності нерухомих об'єктів культурної спадщини Черкащини. *Географія та туризм: наук. зб.* Київ: Альфа-ПІК – 2016. № 38. С. 99-106.
26. Зараховський О. Концептуальні погляди на цінність нематеріальної культурної спадщини як туристичного ресурсу. *Нематеріальна Культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновації: зб. матеріалів міжнар. наук.-пр. конф., Київ, 14-15 листопада 2019 р.* Київ: КНУКіМ, 2019. С.154-156.
27. Алюшина Н.О. Тайм-менеджмент: часова організація діяльності державного службовця : навч. посіб. з дистанц. курсу; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. Київ : НАДУ, 2012. 191 с.
28. Боришкевич ІІ, Жук О.І., П'ятничук ІІ. Використання основних інструментів тайм-менеджменту задля підвищення особистої ефективності. *Ефективна економіка*. 2020. № 5. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7876>
29. Даффі М. В., Фосслін Л. Емоції на роботі. Як вони сприяють нашій успішності [переклад з англ. В. Глінка]. Київ : Наш Формат, 2020. 264 с.
30. Занюк С. Психологія мотивації: навч. посібник. Київ : Либідь, 2002. 304 с.
31. Кириченко І.В., Шленьова М.Г. Класичні підходи до тайм-менеджменту в сучасних реаліях. *Науковий огляд*. 2022. № 1 (81). С. 18-29.
32. Ковальчук Н.В. Тайм-менеджмент як засіб досягнення мети. *Науковий погляд: економіка та*

- управління. 2019. № 1 (63). С. 118-123.
33. Кові С.Р. 7 звичок надзвичайно ефективних людей. 2-ге вид., стер., пер. з англ. О.Любенко. Харків : Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2018. 384 с.
  34. Крикун О. Ключові моменти тайм-менеджменту для досягнення успіху в бізнесі. Галицький економічний вісник. 2019. Том 59. № 4. С. 90-97.
  35. Нездоймінов С.Г. Туризм як фактор регіонального розвитку. Методологічний аспект та практичний досвід : монографія. Одеса : Астропрінт, 2009. 304 с.
  36. Примак Т.Ю., Васильчук О.В. Тайм-менеджмент як інструмент підвищення ефективності діяльності туристичного підприємства. Ефективна економіка. 2019. № 12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7495>
  37. Скібіцька Л.І. Лідерство та стиль роботи менеджера : навч. посіб. Київ: Центр учебової літератури, 2009. 192 с.
  38. Державне агентство розвитку туризму : офіційний веб-сайт. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>
  39. Наукові видання бібліотеки КНУКіМ URL: <http://knukim.edu.ua/naukovi-vidannya-biblioteki>
  40. Національна бібліотека ім. В. Вернадського (електронний каталог) URL : <http://www.nbuu.gov.ua>
  41. Національна парламентська бібліотека (електронний каталог) URL: <http://elibr.nplu.org>
  42. Експеримент – перший український психологічний журнал про саморозвиток. URL: <http://experiment.com.ua>

### **«МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА ТА PR-ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИЗМІ»**

1. Ведмідь Н.І. Основи рекламної діяльності в туризмі : навч. посіб. / Н.І. Ведмідь, С.В. Мельниченко, В.В. Білик ; М-во освіти і науки України, Київ. нац. торг.-екон. ун-т. Київ, 2007. 103 с.
2. Гаврилюк А. М. Державна політика у сфері туризму в Україні: соціогуманітарний вимір : монографія. Київ : Вид-во «Ліра-К», 2020. 428 с.
3. Гаврилюк А. М. Державний маркетинг створення та промоції туристичного бренда України. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2013. № 12. URL: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=672/>.
4. Гаврилюк А.М. Маркетингова парадигма державного регулювання туристичної індустрії в Україні. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2014. № 3. URL: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=690/>.
5. Гаврилюк А Особистісний імідж фахівця індустрії гостинності: теорія і практика моделювання. Імідж і репутація. Сучасна корпоративна репутація, бренд, ідентичність та імідж: міфи, проблеми, рішення. Міжнародна наук.-пр.конфер. 12-13 квітня 2016. Київ, КНУКіМ, С. 24–27.
6. Гаврилюк А.М. Про ціннісні засади маркетингового конструкту «образ – імідж – бренд – репутація території» як пріоритету державної політики в сфері туризму в Україні. Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 1. С. 76–83.
7. Гаврилюк А.М., Данник К.О. Сувенірний брэндинг в Україні як маркетинговий інструмент етнотуристичної промоції території. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2015. № 4. URL: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=838/>.
8. Гаврилюк А., Кисельова Ю. Особливості формування та забезпечення успішної репутації фахівців туристичного бізнесу в Україні. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм. 2020. № 3(2). С. 153-165.
9. Гупаловська В.А. Психологія реклами : навч. посіб. / В. А. Гупаловська ; М-во освіти і науки України, Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. Львів : Вид. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2010. 383 с.
10. Коваленко О.В. Реклама : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О.В. Коваленко, І.Ю. Кутліна, М.В. Потабенко; за ред. І.Ю. Кутліної ; Міжрегіон. акад. упр. персоналом. Київ : Персонал, 2010. 95 с.
11. Лук'янець Т.І. Рекламний менеджмент : навч. посібник / Т.І. Лук'янець. Київ : КНЕУ, 2003. 440 с.
12. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз / Г.Г. Почепцов. Київ : Т-во “Знання”, КОО, 2000. 506 с.
13. Рекламна стратегія підприємства / О.Є. Кузьмін, С.Б. Романишин, Н.І. Горбаль; М-во освіти і

- науки України, Нац. ун-т «Львів. політехніка» – Львів : Вид-во Нац. ун-ту «Львів. політехніка», 2008. 167 с.
14. Havtyliuk A.M. Andrushiv district as a tourists destination: the toolkit of marketing positioning. Public management : collection. 2017. № 5 (10). С. 29–41.

### «КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У СФЕРІ ТУРИЗМУ»

1. Гаврилюк А.М. Гуманітарні аспекти функціонування сфери туризму / Державна політика у сфері туризму в Україні: соціогуманітарний вимір : монографія. Вид. 2-ге. Київ : Вид-во «Ліра-К», 2022. С.55-69.
2. Гаврилюк А.М. Теоретичні основи соціальної складової сфери туризму / Державна політика у сфері туризму в Україні: соціогуманітарний вимір : монографія. Вид. 2-ге. Київ : Вид-во «Ліра-К», 2022. С.37-54.
3. Жигайлло Н.І. Комунікативний менеджмент: навчальний посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2012. 368 с.
4. Зайцева М.М. Туризм як чинник міжкультурної комунікації. *Вісник ХДАК*. Випуск 49. 2016. С. 206-214.
5. Комунікативна компетентність особистості : посібник / [авт.-уклад.] Н. В. Лук'янчук. Київ : Інформаційні системи, 2012. 130 с.
6. Кудла Н.Є. Менеджмент туристичного підприємства: підручник. Київ: Знання, 2012. 343 с.
7. Верещинська Я.В. Привабливість як естетичний компонент соціальної перцепції. 2016. 1 (9). С. 245-253.
8. Гаврилюк А. Людиоцентричні засади соціогуманітарного розвитку сфери туризму: теоретичний аспект. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм.* 2021. 4(1), С. 6–17. <https://doi.org/10.31866/2616-7603.4.1.2021.235139>.
9. Гаврилюк А.М., Плещан Х.В. Тайм-менеджмент як складова успішної комунікативної взаємодії в індустрії туризму України. *Ефективна економіка.* 2016. № 1. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2016\\_1\\_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2016_1_9).
10. Гаврилюк А.М. Комунікативний менеджмент в індустрії гостинності: компетентнісний підхід до підготовки кадрів : матеріали Міжнарод. наук.-практ. конф., 14-15 трав. 2015 р. Полтава, ПУЕТ. С. 219–221.
11. Гаврилюк А.М. Національно-патріотична складова професійних компетентностей студентів туризмознавчих спеціальностей. Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді. 2016. Вип.20. Кн.1. С. 99–112.
12. Гаврилюк А.М. Про національно-патріотичне виховання засобами туризму : матеріали ІІ Міжнарод. ювілейн. До 55-річчя ЧДТУ наук.-практ. конф., 26-27 берез. 2015 р.у 2-х т. Мін-во світи і науки України, Черкас. держ. технологіч ун-т. Т.1, Черкаси : видавець Чабаненко Ю.А. С. 119–122.
13. Груба Т.Л., Лещенко Г.П. Комунікативна компетенція і мовна здатність як складові національно-мовної особистості. Збірник наукових праць Науково-дослідного інституту українознавства, т. 9: Українська мова вчора, сьогодні, завтра в Україні і світі: тематичний випуск. 2006. С. 249-259.
14. Дика Н.М. Мовна особистість: міждисциплінарний аспект. *Педагогічна освіта: теорія і практика. Педагогіка. Психологія.* зб. наук. пр., 2017. № 27. С. 4-7.
15. Залюбівська О.Б. Особливості використання навчального портфолію у викладанні риторики у технічному університеті. *Вісник Вінницького політехнічного інституту.* 2014. № 3. С. 151-154.
16. Кові Стівен Р. 7 звичок надзвичайно ефективних людей / Стівен Р. Кові : пер. з англ. О. Любенко. 2-е вид., стер. Харків : Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2014. 384 с.
17. Корчова О.М. Структурно-змістові складники риторичної компетентності майбутніх фахівців соціономічної сфери. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології:* науковий журнал. Сумський ДПУ ім. А. С. Макаренка, 2015. № 6 (50). С. 196–205. URL: <https://repository.sspu.edu.ua/handle/123456789/2110?locale=uk>
18. Кушнір Р.О. Великий оратор, або як говорити так щоб вам аплодували стоячи. Дрогобич : Коло, 2013. 258 с.
19. Кушнір Р.О. Мистецтво відповідального спілкування, або як налагодити глибинне

- порозуміння з іншою людиною. Дрогобич : Коло, 2013. 354 с.

20. Любчук О.К, Луньов В. Є. Психологія розвитку особистості та споживача для сфери туризму: навч. посібник. ДВНЗ «Приазовський державний технологічний університет». Донецьк. «Східний видавничий дім», Маріуполь: ПДТУ, 2015. 223 с.

21. Макарова М.В. Комуникації в туризмі: основи дослідження, види та шляхи розвитку. *Ефективна економіка*. № 1, 2017. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5832>

22. Мацько О.М. Невербалльні засоби як складова частина лекційного викладу// *Актуальні проблеми формування риторичної особистості вчителя в україномовному просторі*: збірник наукових праць (за матеріалами Всеукраїнської наук.-практ. Інтернет-конференції 23 квітня 2015 р.) / за ред. К. Я. Климової. Житомир, 2015. С. 71-75.

23. Мустов С.О. Особистість: комунікативно-психологічна концепція: методол. проблеми персонології : монографія. Київ; Борислав; Дрогобич: Трек, 2015. 170 с.

24. Перехейда В.В. Теоретичні засади дослідження туризму як соціокомуникаційного феномену. *Вісник ХДАК*. Випуск 52. 2018. С. 221-230.

25. Петренко Т.М. Діагностика особистості засобами неверbalного спілкування : монографія. Київ : Освіта України, 2013. 192 с.

26. Писаревський І.М., Александрова С.А. Професійно-комунікативна компетентність (в туризмі) : підручник. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. 2-ге вид., перероб. і доп. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. 175 с.

27. Плецан Х.В. Формування професійних компетенцій фахівця-туризмознавця в умовах пошуку нової парадигми в соціокультурному середовищі. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2018. № 2. С. 120.

28. Плецан Х.В. Стан та тенденції розвитку формування конкурентоздатного фахівця в умовах пошуку нової парадигми в сфері туризму. *Економіка та держава*. 2018. № 6. С. 75. С. 76.

29. Про забезпечення функціонування української мови як державної : Закон України, прийн. 25 квітня 2019 року № 2704-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19#Text>

30. Про невідкладні заходи щодо змінення державного статусу української мови та сприяння створенню єдиного культурного простору України : Указ Президента України від 31 травня 2018 року № 156/2018. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/1562018-24258>.

31. Про туризм : Закон України, прийн. 15 верес. 1995 р. № 324/95-ВР. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%BC%D1%80>.

32. Психологія спілкування : навч. посіб.; за заг. ред. Л.О. Савенкової. Київ : КНУ, 2015. 309 с.

33. Степанець Н.П. Професійні компетенції фахівців для сфери туризму. *Географія та туризм* : наук. зб. / ред. кол.: Я.Б. Олійник (відп. ред.) та ін. Київ : Альтерпрес, 2013. № 24. С. 131-137.

34. Столбова Ю. Комунікативний потенціал туризму. *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки*. 2010. Вип.10. С.153-161.

35. Ткаченко Л.П. реалізація інноваційних педагогічних технологій у процесі вивчення курсу риторики. *Педагогіка та психологія*: збірник наукових праць. 2016. Вип. 53. С. 92-102.

36. Триняк М.В. Інтеркультурна комунікація: освітній вимір. / М-во освіти і науки України, молоді та спорту України, Харк. нац. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди. Харків : ХарПНАДУ, 2010. 247 с.

37. 10 фільмів про подорожі. URL: <https://veterdoit.com/10-fil-miv-pro-podorozhi/>

38. 15 фільмів про подорожі. URL : <https://kuluarphod.com/ua/articles/interesting/top-films/>

39. 20 фільмів про подорожі. URL: <https://besahy.com/travel-blog/20-films-trip>

40. Державне агентство розвитку туризму в Україні. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>

41. Крос-промоція з містами-побратимами. URL: [https://kyivcity.gov.ua/kyiv\\_ta\\_miska\\_vlada/struktura\\_150/vikonavchiy\\_organ\\_kivsko\\_misko\\_radi\\_kivska\\_miska\\_derzhavna\\_administratsiya/departamenti\\_ta\\_upravlinnya/upravlinnya\\_turizmu\\_ta\\_promotsiy/kros-promotsiya\\_z\\_mistami-pobratimami\\_kiyeva/](https://kyivcity.gov.ua/kyiv_ta_miska_vlada/struktura_150/vikonavchiy_organ_kivsko_misko_radi_kivska_miska_derzhavna_administratsiya/departamenti_ta_upravlinnya/upravlinnya_turizmu_ta_promotsiy/kros-promotsiya_z_mistami-pobratimami_kiyeva/)

42. Офіційний туристичний сайт міста Києва. URL:<https://kyivcitytravel.com.ua/>

43. Фільми про подорожі, які надихають. <https://ranok.ictv.ua/ua/2021/08/09/krashhi-filmi-pro-podorozhi-yaki-nadihayut/>

44. CULTURAL TOURISM & COVID19: <https://www.unwto.org/cultural-tourism-covid-19>

45. WorldTourismOrganization (UNWTO). URL: <https://www.unwto.org/>

## **«ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТЬ»**

1. Біль М.М. Механізм державного управління туристичною галуззю (регіональний аспект) : наук. розроб. Київ : НАДУ, 2009. 40 с.
2. Бурдейна А.В. Поїздки за кордон: працевлаштування, туризм, візові документи. Київ : Видавець Фурса С.Я., 2006. 72 с.
3. Вашишин М. Правове регулювання туристичної діяльності : навч.-метод. посіб. Львів. держ. ун-т фіз. культури. Львів : Сорока Т. Б., 2014. 219 с.
4. Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції : монографія / за ред. В.Г. Герасименко, О.Л. Михайлук. Одес. нац. екон. ун-т. Київ : Гуляєва В.М. 2019. 330 с.
5. Єпіфанова Ю.С. Правове регулювання туристичної діяльності : навч. посіб. / за ред. Л.В. Новікової. Харків. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. Харків : Бровін О. В., 2014. 237 с..
6. Єрмаченко В.Є. Правове регулювання туристичної діяльності : конспект лекцій. Харк. нац. екон. ун-т. Харків. : Вид. ХНЕУ, 2012. 207 с.
7. Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі : колект. монографія / за заг. ред. Г.М. Чепурди. Черкас. держ. технол. ун-т. Черкаси : Новий курс, 2020. 119 с.
8. Козловський Є.В. Правове регулювання туристичної діяльності : навч. посібник. Київ : Вид-во “Центр навчальної літератури”, 2015. 272 с.
9. Ткаченко Т.І. Стадій розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія. Київ : КНТЕУ, 2009. 462 с.
10. Чечель А.О. Механізми державного управління розвитком туризму в Україні : монографія. Донецьк : Східний видавничий дім, 2010. 198 с.
11. Шаптала О.С. Автономна Республіка Крим: проблемні питання державного управління сферою рекреаційного обслуговування: монографія. Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2003. 264 с.
12. Щепанський Е.В. Державне регулювання розвитку туристично-рекреаційної сфери в Україні: теорія, методологія та практика : монографія. Хмельницьк. ун-т упр. та права. Хмельницький : Хмельницьк. ун-т упр. та права, 2018. 325 с.
13. Козловський Є.В. Проблеми спрощення візового режиму між Україною та ЄС. Географія та туризм: наук. зб. 2014. Вип. 27. С. 90-97.
14. Козловський Є.В. Особливості вибору організаційно-правової форми туристичного підприємства в Україні. Географія та туризм: наук. зб. 2015. Вип. 34. С. 154–164.
15. Козловський Є.В. Правове регулювання договірних відносин між туристичним підприємством і споживачем туристичних послуг. Географія та туризм: наук. зб. 2016. Вип. 35. С. 16–25.
16. Козловський Є.В. Співробітництво України та Всесвітньої туристичної організації як один з інструментів реалізації державної туристичної політики. Публічне урядування : збірник. 2016. № 3(4). С. 72–80.
17. Козловський Є.В. Роль держави у процесі спрощення та гармонізації туристичних формальностей. Публічне урядування : збірник. 2016. № 4(5). С. 101–109.
18. Козловський Є.В., Булгакова Н.В. Основні напрями діяльності Всесвітньої туристичної організації як спеціалізованої установи ООН. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2017. № 2. URL: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=1030>.
19. Козловський Є.В., Булгакова Н.В. Законодавче забезпечення туристичної діяльності в іноземних державах. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2017. № 4. URL: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=1061>.
20. Козловський Є.В. Термінологія та поняттєвий апарат сучасного туризму. International Journal of Innovative Technologies in Social Science. 2018. № 4(8). Vol. 2. С. 3-8.
21. Козловський Є.В. Форми та методи державного регулювання туристичної діяльності. International Academy Journal Web of Scholar. 2018. № 6(24). Vol. 7. С. 12-17.
22. Козловський Є.В., Ткаченко Т.І. Проблеми правового регулювання електронної комерції на туристичному ринку. Інвестиції: практика та досвід. 2018. № 7. С. 101-104.
23. Козловський Є.В., Ткаченко Т.І. Організаційно-правові засади здійснення зовнішньоекономічної діяльності суб'єктами туристичного бізнесу. Інвестиції: практика та досвід. 2018. № 11. С. 116-120.
24. Козловський Є.В., Кузьмич О.Ю., Шковира А.О., Фещук Д.С. Тенденції розвитку індустрії

- туризму в умовах цифрової економіки. Інвестиції: практика та досвід. 2021. № 22. С. 68-72.
25. Козловський Є., Яцюк І., Столож К. Проблеми та перспективи розвитку міжнародного туризму в період пандемії COVID-19. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм. 2022. 5(1). С. 27-36.
26. Про затвердження Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності : Постанова Кабінету Міністрів України від 11.11.2015 р. № 991. Дата оновлення: 08.07.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/991-2015-%D0%BF#Text> (дата звернення: 02.08.2022).
27. Про єдиний державний демографічний реєстр та документи, що підтверджують громадянство України, посвідчують особу чи її спеціальний статус : Закон України від 20.11.2012 р. № 5492-VI. Дата оновлення: 04.10.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5492-17#Text> (дата звернення: 02.08.2022).
28. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР. Дата оновлення: 16.10.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 02.08.2022).
29. Ткаченко Т.І., Козловський Є.В. Особливості встановлення договірних відносин туристичного оператора з постачальниками послуг, агентами та партнерами. Економіка та держава. 2018. № 5. С. 85-88.
30. Borutska Y., Sereda N., Manko A., Kozlovskyi Y., Tkachenko T., Poltavska O. Tourism industry in the European Union Countries. AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research. 2021. No 11/02/XXII. pp. 148-154.