

ПРОГРАМА

**атестації здобувачів вищої освіти
рівня вищої освіти «Бакалавр»
спеціальності 242 «Туризм»
у формі атестаційного екзамену**

ПОГОДЖЕНО

методичною комісією факультету
землепорядкування та туризму
протокол № 6 від 30.03.2022 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО

вченою радою факультету
землепорядкування та туризму
протокол № 5 від 31.03.2022 р.

ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИЗМУ

Підприємство туристичної індустрії як об'єкт управління. Понятійний апарат туropolерейтингу. Туристичний продукт як предмет діяльності туropolератора. Організація співпраці туropolератора з постачальниками та діловими партнерами. Управління збутовою діяльністю туropolератора. Організація діяльності з обслуговування туристів. Фінансові та облікові аспекти туropolерейтингу. Управління якістю комплексного туристичного обслуговування. Управління персоналом на підприємстві туropolератора. Стратегічний менеджмент в туropolераторській діяльності. Інформаційні технології в туropolерейтингу. Середовище міжнародного туropolерейтингу та тенденції його розвитку.

Умови створення та функціонування туристичного підприємств. Технологія створення туристичного продукту та формування його асортименту. Принципи формування програм перебування туристів. Організація обслуговування клієнтів. Загальні принципи організації транспортного обслуговування туристів. Обслуговування та перевезення туристів авіатранспортом. Туристичні перевезення залізничним транспортом. Морські та річкові перевезення і круїзи. Автотранспортне обслуговування туристів та організація перевезень автотранспортом. Туристичні формальності. Технологія організації та умови здійснення туристичних подорожей.

Рекомендована література:

1. Брич В. Я. Туropolерейтинг: підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. Тернопіль: Економічна думка, ТНЕУ, 2017. 440 с.
2. Кифяк В. Ф. Організація туризму: навч. посібник. Чернівці: Книги-XXI, 2008. 344 с.
3. Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес: теорія та практика: підручник. 2-ге вид., перероб. та допов. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 368 с.
4. Мельниченко С. В., Ведмідь Н. І. Інформаційні технології у туристичній індустрії: підручник. Київ: КНТЕУ, 2011. 280 с.
5. Михайліченко Г. І., Єременко А. Ю. Організація туристичних подорожей: навч. посібник. Київ: КНТЕУ, 2011. 392 с.
6. Писаревський І. М., Погасій С. О., Андренко І. Б., Поколодна М. М., Сегеда І. В. Організація туризму: підручник. Харків, 2008. 541 с.
7. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії: навч. посібник. 3-ге вид., доп. і перероб. Київ: Атіка, 2009. 392 с.

РЕКРЕАЛОГІЯ ТА РЕКРЕАЦІЙНІ КОМПЛЕКСИ СВІТУ

Зміст, мета, об'єкт, предмет, завдання дисципліни «Рекреалогія та рекреаційні комплекси світу». Основні поняття дисципліни «Рекреалогія та рекреаційні комплекси світу»: «рекреація», «рекреант», «вільний час», «рекреаційна територія», «рекреаційне освоєння», «рекреаційна освоєність». Загальні функції рекреації: медико-біологічна, соціокультурна, економічна,

виховна. Поняття «рекреаційної діяльності» й її основних складових. Відпочинок і його види. Загальне визначення поняття «турист». Класифікація рекреаційної діяльності за основним мотивом, за правовим статусом, у залежності від територіального охоплення, за тривалістю, за формою організації, за кількістю учасників, за віковими категоріями, за формами фінансування, залежно від сезонності, за способом пересування. Надання рекреаційно-туристичних послуг, основні особливості. Зміст рекреаційних потреб, їх поділ і взаємозв'язки. Суспільні, групові та індивідуальні рекреаційні потреби. Основні методи дослідження рекреаційних потреб (соціологічні та розрахунково-нормативні дослідження). Зміст і загальна характеристика рекреаційного попиту. Фактори, що впливають на зміну попиту на туристичному ринку. Рекреаційно-ресурсний потенціал, його зміст і характеристика. Співвідношення понять «рекреаційні ресурси» та «умови рекреаційної діяльності». Характерні особливості різних класифікацій і складу рекреаційних ресурсів. Процедура оцінювання рекреаційних ресурсів. Основні типи оцінки рекреаційних ресурсів: медико-біологічний, технологічний, психолого-естетичний, економічний. Рекреаційні ресурси природного походження. Методи оцінки природних рекреаційних ресурсів і особливості розміщення і використання у світі та Україні. Історико-культурні рекреаційні ресурси та географічний розподіл об'єктів Всесвітньої культурної спадщини. Інфраструктурні рекреаційні ресурси, їхня характеристика, класифікація, технологія роботи, управління, взаємозв'язки. Аналіз інфраструктурних рекреаційних ресурсів у світі й Україні. Зміст, властивості, типологія та принципи функціонування територіальної рекреаційної системи (ТРС) та територіального рекреаційного комплексу (ТРК). Закони, закономірності, принципи рекреаційної діяльності. Формування територіальних рекреаційних комплексів, характеристика етапів і стадій. Рекреаційні заняття, типи та цикли рекреаційної діяльності. Головні аспекти рекреаційного районування. Рекреаційне районування світу. Зміст понять «природокористування», «рекреаційне природокористування» та функціональна модель рекреаційного природокористування. Рекреаційний вплив на природні комплекси. Механізми й інструментарій збереження довкілля у системі природокористування. Рекреаційна дигресія, її стадії. Рекреаційне зонування території та диференційований режим щодо охорони, відтворення та використання природних ресурсів. Поняття «рекреаційного навантаження», «рекреаційної ємності» території та методика визначення навантажень (антропопресії) на рекреаційні території. Плата за використання природних ресурсів, як економічний інструмент охорони природи у системі рекреаційного природокористування. Головні напрями сучасної природоохоронної діяльності у контексті рекреаційного використання ресурсів.

Рекомендована література:

1. Бейдик О. О. Рекреаційні ресурси України: навч. посіб. 2-ге вид. перероб. і доп. Київ: Альтерпрес, 2010. 404с .

2. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: Методологія та методика аналізу, термінологія, районування: монографія. Київ: Київ. ун-т, 2001. 395 с.
3. Білецька Г. А. Рекреаційне природокористування: навч. посіб. Львів: «Новий Світ – 2000», 2013. 149 с.
4. Кушнірук Ю. С. Рекреалогія: навч. посіб. Рівне: НУВГП, 2015. 148 с.
5. Основи рекреалогії (економіко-екологічний та маркетинговий аспект): навч. посіб. / Гродзинська І. О., Нездоймінов С. Г., Гусева О. В., Замкова А. В. Київ: Центр учбової літератури, 2014. 264 с.
6. Покоłodна М. М., Полчанінова І. Л. Рекреаційні комплекси світу (в тому числі турсресурси України): конспект лекцій. Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Харків: ХНАМГ, 2012. 174 с.
7. Полчанінова І. Л., Покоłodна М. М. Рекреаційні комплекси світу: навч. посіб. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. 107 с.
8. Стафійчук В. І. Рекреалогія: навч. посіб. Херсон: ОЛДІ ПЛЮС, 2017. 428 с.

МАРКЕТИНГ У ТУРИЗМІ

Сутність та еволюція маркетингу. Концепція та основні елементи маркетингу. Цілі, принципи та функції маркетингу в туризмі. Основні умови та принципи застосування маркетингу в туризмі.

Поняття і фази маркетингового управління. Планування маркетингової діяльності в туризмі. Маркетингові стратегії в туризмі. Розробка та вибір альтернативних стратегій. Організація маркетингової діяльності туристичних фірм.

Туристичні послуги та туристичний продукт. Класифікація турів та життєвий цикл туристичного продукту. Продуктова стратегія туристичного підприємства. Поняття, чинники формування та види ринку туристичних послуг. Попит і пропозиція на туристичному ринку.

Умови та можливості виходу на туристичний ринок. Суть, типи і напрями маркетингових досліджень в туризмі. Етапи маркетингових досліджень. Форми організації маркетингових досліджень в туризмі. Маркетингова інформація та її види. Методи збору маркетингової інформації. Система аналізу маркетингової інформації. Дослідження маркетингового середовища туристичних підприємств. Маркетингові дослідження ринку туристичних послуг. Маркетингові дослідження конкурентів. Маркетингові дослідження споживачів туристичних послуг.

Поняття та методи сегментації ринку туристичних послуг. Позиціонування туристичного продукту.

Ціна в комплексі маркетингу туристичного підприємства. Методи ціноутворення в туризмі. Формування збутової стратегії туристичними підприємствами. Канали збуту туристичного продукту. Вибір посередників та напрямки співпраці з ними.

Сутність та елементи маркетингової комунікації. Цільова аудиторія маркетингової комунікації. Комунікаційна стратегія маркетингу в туризмі.

Суть, цілі та функції реклами в туризмі. Види туристичної реклами. Характеристика сучасного рекламного процесу. Рекламні звернення. Рекламні кампанії туристичних підприємств. Ефективність рекламної діяльності в туризмі.

Стимулювання збуту як засіб впливу на туристичний ринок. Стимулювання споживачів туристичних послуг та роздрібних турагентів. Сутність, цілі та напрямки туристичної пропаганди. Особисті продажі в маркетингу туристичного підприємства. Загальна характеристика туристичних виставок та ярмарків. Оформлення виставкових стендів та робота персоналу туристичних фірм на виставках.

Поняття, цілі формування та елементи фірмового стилю. Носії фірмового стилю туристичного підприємства.

Особливості маркетингу на світовому туристичному ринку. Організація маркетингових досліджень на зовнішніх ринках. Стратегія і тактика проникнення на зовнішні туристичні ринки.

Рекомендована література:

1. Алієна-Барановська В. М. Міжнародний туризм: навчальний посібник-довідник. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 344 с.
2. Андрушкевич З. М. Інтернет-реклама як інноваційний інструмент розвитку туристичних операторів [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/28639/1/58-106-107.pdf>
3. Антоненко І. Я. Використання сучасних методів продажу в збутовій стратегії туристичних підприємств. Економіка та держава. 2012. №3. С. 36-39.
4. Аріон О. В. Організація транспортного обслуговування туристів: навчальний посібник. Київ: Альтерпрес, 2008. 192 с.
5. Бриггс С. Маркетинг в туризмі: пер. с англ. М. Ю. Зарицкий. Київ: Знання-Прес, 2005. 358 с.
6. Галасюк С. С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 178 с.
7. Данько Н. І. Сучасні тенденції маркетингу на туристичних підприємствах. Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. 2018. Вип. 7. С. 102–108.
8. Забуранна Л. В. Маркетингові комунікації туристичних підприємств: сучасна теорія і практика: монографія. ПВНЗ "Європейський університет". Київ: Ліра-К, 2012. 152 с.
9. Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму: навчальний посібник. Київ: Знання, 2011. 334 с.
10. Кудла Н. Є. Маркетинг туристичних послуг: навчальний посібник. Київ: Знання, 2011. 351 с.

11. Летуновська Н. Є. Маркетингові дослідження як інструмент визначення стратегічних напрямів інноваційного розвитку промислового підприємства у сфері товарної політики. Бізнес-інформ. 2019. №4. С. 97–105.
12. Летуновська Н. Є., Люльов О. В. Маркетинг у туризмі: підручник. Суми: Сумський державний університет, 2020. 270 с.
13. Мальська М. П., Мандюк Н. Л. Основи маркетингу у туризмі: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2016. 336 с.
14. Миронов Ю. Б. Маркетинг в туризмі: опорний конспект лекцій [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/mark_tur.htm.
15. Мунін Г. Б., Тимошенко З. І. та ін. Маркетинг туризму: навч. посібник. Ч. 1. Київ: Вид-во Європ. ун-ту. 2006. 324 с.
16. Правик Ю. М. Маркетинг туризму: підручник. Київ: Знання, 2008. 303 с.
17. Романкін О. В. Особливості маркетингових комунікацій у туристичній сфері: світовий досвід. Причорноморські економічні студії. 2017. Вип. 13-1. С. 22–26.
18. Тимошенко З. І. Маркетинг готельного продукту [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://tourism-book.com/pbooks/book-37/ua/>
19. Холловой Дж. К. Туристический маркетинг: пер. с 4-го англ. изд. Киев: Знання, 2008. 575 с.

МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ

Сутність міжнародного туризму. Міжнародний туризм як чинник економічного розвитку. Соціокультурне значення міжнародного туризму. Прояви негативного впливу міжнародного туризму.

Історичні форми розвитку туризму. Чинники формування попиту і пропозиції міжнародного ринку туристичних послуг. Форми організації державного регулювання туристичної галузі країн світу.

ООН в системі міжнародного туристичного співробітництва. Всесвітня туристична організація (ЮНВТО). Класифікація міжнародних туристичних організацій. Нормативно-правові засади розвитку міжнародного туризму.

Історія розвитку статистики міжнародного туризму. Сучасні концептуальні засади статистики міжнародного туризму. Основні статистичні одиниці туризму. Статистика туристських потоків. Статистика туристичних доходів і витрат.

Сутність та особливості ринку міжнародного туризму. Класифікація ринків міжнародного туризму за цілями подорожей. Туристичне районування світу. Суб'єкти ринку туристичних послуг, специфіка їх цілей та діяльності. Проблеми сегментування туристичного попиту. Особливості формування та вивчення туристичного попиту. Місце України на ринку міжнародного туризму.

Турпродукт. Фактори виробництва туристичного продукту. Концентрація виробництва в туризмі. Транснаціональні корпорації у туристичній індустрії. Транснаціоналізація готельного бізнесу.

Зміст поняття та особливості індустрії міжнародного туризму. Туроператори і турагенти. Заклади розміщення та харчування туристів. Система транспортних перевезень. Інформаційні технології в туризмі. Прогнозування перспектив розвитку індустрії міжнародного туризму експертами Всесвітньої туристичної організації.

Рекомендована література:

1. Божидарник Т. Міжнародний туризм: підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 312 с.
2. Великочий В. С., Дутчак О. І., Шикеринець В. В. Міжнародний туризм: навчальний посібник для студентів спеціальності «Туризмознавство». Івано-Франківськ: Видавець Кушнір Г.М. 2015. 254 с.
3. Король О. Д. Міжнародні туристичні потоки: суспільно-географічні аспекти формування та геопросторовий розподіл: монографія. Чернівці: Чернівецький нац. Ун-т ім. Ю. Федьковича. 2018. 512 с.
4. Кузишин А. В. Міжнародний туристичний бізнес: навчальне видання. Тернопіль: Вектор. 2019. 196 с.
5. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. Київ: Знання. 2008. 661 с.
6. Панченко Ю. В., Лугінін О. Є., Фомішин С. В. Менеджмент вітчизняного і міжнародного туризму: навч. посіб. Херсон: ОЛДІ_ПЛЮС. 2013. 342 с.
7. Юрченко С. О., Юрченко О. Є. Міжнародний туризм: навчальний посібник для студентів спеціальностей «Туризмознавство», «Міжнародні економічні відносини». Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна. 2016. 328 с.
8. Холловей, Дж.Кристофер, Тейлор Нейл. Туристический бизнес: пер. с англ. изд. Київ: Знання. 2007. 798 с.

ОРГАНІЗАЦІЯ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Особливості діяльності, класифікація закладів ресторанного господарства. Організація постачання сировини та продукції на підприємства ресторанного господарства. Організація комірно-тарного господарства на підприємствах ресторанного господарства. Організаційні основи оперативного планування виробництва у закладах ресторанного господарства. Організація виробничої діяльності на підприємствах ресторанного господарства. Структура торговельно-виробничих приміщень закладів ресторанного господарства. Теоретичні основи організації обслуговування споживачів в закладах ресторанного господарства різних типів. Матеріально-технічна база для організації обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства. Організація роботи персоналу з обслуговування. Технологія обслуговування споживачів в ресторанах. Організація обслуговування згрупованого та розгрупованого контингенту споживачів за місцем роботи та навчання. Спеціальні форми обслуговування споживачів під час надання послуг ресторанними господарствами. Організація обслуговування бенкетів та

прийомів. Прогресивні технології в обслуговуванні споживачів закладами ресторанного господарства.

Рекомендована література:

1. Акопій В. В. Організація і технологія надання послуг. Київ: Академія, 2006. 312 с.
2. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства. Київ: Інкос, 2007. 280 с.
3. Литвиненко Т. Особливості організації дипломатичних прийомів. Київ: КНТЕУ, 2005.
4. Лошинский В. М. Сервіровка і етикет стола. Мінськ: Діайда, 2000. 240 с.
5. Поргребняк Л. В. Організація ресторанного господарства: Конспект лекцій. Львів: Львівський національний аграрний університет, 2020. 131 с.
6. П'яницька Н. О. Організація обслуговування у підприємствах ресторанного господарства. Київ: КНТУ, 2005. 632 с.
7. Черевко О. І., Малюк Л. Л., Дейниченко Г. В. Збірник нормативних документів державного регулювання у сфері ресторанного бізнесу. Харків: ПКФ «Фавор ЛТД», 2003. 440 с.

СЕРВІСОЛОГІЯ

Роль і місце сервісології в системі сучасного наукового знання. Основні поняття й визначення в сервісології. Загальна характеристика потреб. Класифікація потреб. Потреби людини як умова соціалізації в первісному суспільстві. Людина та її потреби у Давній Індії і Давньому Китаї . Морально-етична концепція потреб у Старому й Новому Заповіті. Погляди на потреби в Античності й Середньовіччі. Потреби в житті людини в епоху Відродження, Нового часу та Просвітництва. Потреби як основа діяльності у філософії кінця XVIII-XIX століть. Проблематика потреб в українській філософії та культурі. Потреби у філософському, соціологічному й психологічному дискурсах XX століття. Психоаналітична теорія особистості й потреб Зигмунда Фрейда. Теорія ієрархії потреб у гуманістичній психології Абрахама Маслоу. Галактика потреб Казимира Обухівського. Інформаційно-емотивна концепція потреб Симонова-Єршова. "Суспільство споживання" в умовах інформаційної цивілізації. Особливості формування й задоволення комплексу базових потреб. Універсальна матриця потреб, специфіка задоволення потреб сервісною діяльністю. Загальна сутність сервісної діяльності. Основні поняття, терміни і визначення. Класифікація послуг, їх загальна характеристика. Особливості ринку послуг в Україні. Сервісні технології, сучасні форми обслуговування. Етика і психологія сервісної діяльності. Проблеми якості й безпеки послуг сучасного сервісу.

Рекомендована література:

1. Апопій В. В, Футало Т. В., Олексин І. І., Шутовська Н. О. Організація і технологія надання послуг: навч. посібник. Київ: Академія, 2012. 222 с.
2. Горпинич О. В. та ін. Соціологія: навч. посібник. Київ : ДУТ, 2019. 235 с.

3. Конопльова Н. А. Сервісологія (людина та її потреби): навч. посібник. Владивосток: В-во ВДУЕС, 2017. 224 с.
4. Коркуна О. та ін. Організація готельного господарства: навчально-методичний посібник. Львів: Видавництво «Добра справа», 2019. 224 с.
5. Малюк Л. П., Варапаєв О. М., Цюлковська А. В. Сервісологія та сервісна діяльність: навчальний посібник. Харків: ХДУХТ, 2015. 211 с.

ТУРИСТИЧНА ЛОГІСТИКА

Логістика як інструмент ринкової економіки. Логістичні системи. Логістика туризму як складова логістики послуг. Теоретичні засади логістики туризму. Логістичні основи сталого розвитку туризму. Логістика ресурсної бази туризму. Логістика турфірми. Логістика туру. Логістика міжнародного туризму. Логістика готельних послуг у туризмі. Інформаційна логістика в туризмі. Фінансова логістика в туризмі. Транспортна логістика в туризмі. Міжнародні транспортні коридори як чинник розвитку туризму (на прикладі України). Єврологістика в історичному аспекті: українсько-давньоримський контекст. Логістичний аспект туристичних "чудес світу" та України.

Рекомендована література:

1. Банько В. Г. Туристська логістика: навч. посіб. Київ: Дакор; КНТ, 2008. 204 с.
2. Смирнов І. Г. Логістика туризму: навчальний посібник. Київ: Знання, 2009. 444 с.
3. Погребняк Л. В. Туристична логістика: Конспект лекцій. Львів: Львівський національний аграрний університет, 2020. 131 с.

ОРГАНІЗАЦІЯ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Історія розвитку світового та національного готельного господарства. Нормативно-правове регулювання готельної індустрії. Характеристика основних типів засобів розміщення. Класифікація підприємств готельного господарства України та зарубіжних країн. Функціональна організація приміщень підприємств готельного господарства. Організація приміщень житлової групи. Організація нежитлових груп приміщень підприємства готельного господарства. Архітектура та інтер'єр у готельному господарстві. Організація прибиральних робіт навколишньої території і вестибюльної групи приміщень. Організація прибиральних робіт у житлових групах приміщень. Сутність послуг гостинності в готельному господарстві. Організація прийому та розміщення туристів у засобах розміщення. Організація обслуговування на житлових поверхах. Організація надання додаткових послуг у підприємстві готельного господарства. Організація інформаційного обслуговування. Культура обслуговування в готельному господарстві. Організація продовольчого і матеріально-технічного постачання в готельному господарстві. Організація складського і тарного господарства. Організація роботи обслуговуючих господарств. Організація санітарно-технічного й інженерно-технічного обслуговування в готельному господарстві.

Рекомендована література:

1. Андрушків Б. М., Малюта Л. Я. Готельно-ресторанна справа. Навчально-методичне видання. Книга 1. Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2018. 268 с.
2. Давидова О. Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві: підруч. Харків: Вид-во Іванченка І. С., 2018. 487 с.
3. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 470 с.
4. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія і практика: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 472 с.
5. Мальська М. П., Кізима В. Л., Жук І. З. Управління сферою готельного господарства: теорія та практика: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 336 с.

ТЕХНОЛОГІЯ ПРОДАЖІВ У ТУРИЗМІ

Туристична послуга. Зміст поняття, класифікація турпослуг. Основні характеристики туристичних послуг. Структурна модель туристичного продукту. Специфіка маркетингу туристичних та готельних послуг. Клієнтоорієнтований підхід у туристичній індустрії. Поняття сервісу в туризмі, його складові. Сервісна діяльність. Напрями вдосконалення сервісу та сервісної діяльності в туризмі. Визначення «цінності послуги», «чистої цінності послуги». Основні складові моделі цінності послуги. Фактори, що впливають на загальну цінність послуги. Способи підвищення цінності туристичних послуг. Норми сподівань клієнтів. Якість туристичних послуг як соціально-економічна проблема розвитку підприємства туристичної індустрії. Значення підвищення якості послуг в туристичній індустрії. Визначення споживчого середовища у сфері послуг. Клієнти та їх потреби. Класифікація потреб туристів. Фактори, що впливають на купівельну поведінку в сфері туризму. Туристична мотивація. Мода, як один з важливих чинників покупки окремих туристичних послуг. Основні етапи прийняття клієнтом рішення про покупку. Специфічні аспекти покупки послуг. Визначення та вибір цільових сегментів ринку туристичних послуг. Просування, продаж та збут у сфері туризму. Особливості туристичного продукту та їх вплив на технологію продажів. Стратегії продажів в туризмі. Принципи продажів. Цикл продажу туристичного продукту. Техніка ефективної презентації туристичного продукту. Структура і типи презентацій. Рекламні матеріали та відгуки туристів, їх використання в презентації. Особливості продажів різних типів турів: пляжного відпочинку, гірськолижних турів, екскурсій, круїзів тощо. Етапи процесу особистісного продажу. Встановлення контакту з клієнтом. Методи взаємодії з клієнтами. Комунікаційні особливості особистісного продажу. Невербальні засоби спілкування, що використовуються менеджерами з туризму. Типологія продавців (за Р. Блейком та Дж. Мутонем). Стилі особистісного продажу. Забезпечення комфортного внутрішнього та зовнішнього середовища при продажі послуг. Поняття „електронна

дистрибуція”. Веб-сайт готелю чи туристичної компанії як один з компонентів реклами. Маркетинг бренду туристичної компанії чи готелю через пошукові системи. Он-лайн реклама в Інтернеті. Співпраця з сайтами-філіалами. Організація продажів через call-центри (CRO). Організація продажів через GDS системи: Amadeus; Galileo/Apollo; Sabre; Worldspan. Організація продажів через інтернет-агенства. Управління запереченнями клієнта туристичної фірми. Загальні правила роботи з запереченнями. Діагностика помилкових заперечень клієнта. Опір як джерело заперечень. Типові заперечення про конкурентів і ціну. Загальний алгоритм обробки заперечень. Засоби та методи обробки заперечень клієнтів. Інструменти переконання клієнта. Техніка підвищення значимості конкурентних переваг. Післяпродажне обслуговування та формування лояльності покупця. Післяпродажне обслуговування у залежності від ступеня задоволення туриста. Класифікації скарг в туризмі. Робота зі скаргами та претензіями клієнтів. Типологія конфліктів у туроперейтингу. Фази конфлікту та їх характеристика. Методики попередження конфліктів. Вирішення конфліктних ситуацій.

Рекомендована література:

1. Виноградова Т. В., Закорин Н. Д., Тубеліс Р. Ю. Технологія продаж услуг туристской индустрии: учеб. М.: Издательский центр «Академия», 2010. 240 с.
2. Драганчук Л. С. Поведінка споживачів: навч. посіб. М.: ИНФРА. М.: 2011. 398 с.
3. Кондратюк І. В., Малініна М. Я. Професійні продажі: навч. посібник. Івано-Франківськ: «Лілея НВ», 2015. 192 с.
4. Кулініч І. О. Психологія управління: навч. підруч. Київ: Знання, 2011. 415 с.
5. Мазаракі А. А., Ільченко Н. Б. Мерчандайзинг: навч. посіб. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 292 с.