

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖЕНО

Приймальною комісією

Протокол № 3

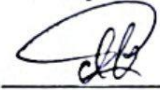
«25» 05 2026 р.

Голова Відбіркової комісії
зі вступу до магістратури

Олександр ГУРА

ПОГОДЖЕНО:

Відповідальний секретар
Відбіркової комісії


Ярослав КРИВИЙ

**ПРОГРАМА
ФАХОВОГО ЗАЛІКУ
З ТУРИЗМОВЗНАВСТВА ТА ГОСТИННОСТІ**

при прийомі на навчання для здобуття
другого (магістерського) рівня вищої освіти
на основі НРК6, НРК7

Спеціальність: ІЗ «Туризм та рекреація»

Гарант освітньої програми:

Туризмознавство і гостинність


Наталія МАКОВЕЦЬКА

Запоріжжя – 2026

I. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Фаховий залік – форма оцінювання в Запорізькому національному університеті (далі – ЗНУ), що передбачає визначення рівня підготовленості вступника для участі в конкурсному відборі для здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю ІЗ «Туризм та рекреація», освітньою програмою «Туризмознавство і гостинність», за результатами якого виставляється позитивна оцінка «зараховано» або негативна оцінка «не зараховано».

Метою проведення фахового заліку є перевірка рівня знань, умінь та інших фахових компетентностей вступника, достатніх для здобуття освітнього ступеня магістра на основі НРК6, НРК7 за зазначеною спеціальністю та освітніми програмами.

Фаховий залік проводиться у формі комп'ютерного тестування із застосуванням технологій дистанційного навчання в системі електронного забезпечення навчання «Moodle» ЗНУ.

Тривалість фахового заліку становить 60 хвилин.

Фаховий залік проводиться в очному форматі в ЗНУ з обов'язковою відеофіксацією та подальшим оприлюдненням на офіційному вебсайті Приймальної комісії. Дистанційний формат допускається за рішенням Приймальної комісії для вступників, які є військовослужбовцями, які проходять службу, або іноземними громадянами.

II. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Оцінювання результатів фахового заліку здійснюється автоматично системою електронного забезпечення навчання «Moodle», за результатами якого виставляється позитивна оцінка «зараховано» або негативна оцінка «не зараховано».

Тестове завдання генерується індивідуально для кожного вступника і містить 50 запитань із вибором однієї правильної відповіді. Кожна правильна відповідь оцінюється в 4 бали. Неправильна відповідь або її відсутність оцінюється в 0 балів. Максимально можливий результат за залік становить 200 балів.

Для успішного складання фахового заліку та отримання оцінки «зараховано» вступник повинен надати правильні відповіді щонайменше на 25 запитань (25 правильних відповідей). Вступники, які надали менше ніж 25 правильних відповідей, отримують результат «не зараховано» та до участі в конкурсному відборі на навчання не допускаються.

Шкала оцінювання та критерії допуску вступників

Тестовий бал	Підсумковий бал (0-200)	Рівень навчальних досягнень	Допуск до конкурсного відбору
25–50	100–200	Зараховано	Допускається
0–24	0–96	Не зараховано	Не допускається

Вступники, які отримали негативну оцінку «не зараховано», до участі в конкурсному відборі не допускаються.

III. ЗМІСТ ПРОГРАМИ

РОЗДІЛ 1. Менеджмент туризму та готельно-ресторанної справи.

Методологічні основи менеджменту в туризмі та гостинності. Бачення, місія і цілі організації. Корпоративна стратегія підприємства. Методологічні засади менеджменту підприємств туризму та гостинності. Особливості управління підприємствами туризму та гостинності. Форми управління діяльністю підприємств туризму та гостинності. Управління бізнес-процесами на підприємствах туризму та гостинності. Антикризовий менеджмент підприємств туризму та гостинності.

РОЗДІЛ 2. Маркетинг туризму і готельно-ресторанної справи.

Суть маркетингу в туризмі та гостинності. Поняття туристичного продукту. Становлення та розвиток маркетингу в туризмі. Сучасні тенденції маркетингу туристичних підприємств. Функції маркетингу в туризмі та гостинності. Умови застосування маркетингу. Принципи маркетингу сфери обслуговування. Маркетингова продуктова стратегія. Маркетингова цінова стратегія. Збутова стратегія туристичного підприємства. Комунікаційна стратегія в туризмі та гостинності. Альтернативні стратегії. Сегментація туристичного ринку. Географічний метод. Соціодемографічний метод. Психографічний метод. Сегментація WTO. Система «Євростиль». Сегментація Г.Гана. Поняття позиціювання туристичного продукту. Способи позиціювання туристичного продукту. Репозиціювання. Стратегії репозиціювання турпродукту. Реклама в туризмі та гостинності. Маркетинг в міжнародному туризмі та готельно-ресторанному бізнесі.

РОЗДІЛ 3. Туристичне країнознавство.

Географічне положення країни. Природа країни. Народонаселення, раси, конфесії країни. Історія країни. Специфіка складання плану характеристики країн. Культура. Релігія у сфері туризму. Методичні основи країнознавчого вивчення релігії. Мистецтво як компонент культури. Методика туристського дослідження окремих видів мистецтва. Поняття про художній стиль. Поняття про культурні цінності. Загальні поняття про музеї, театри. Поняття про пам'ятники архітектури і зодчества. Традиції. Політичні умови розвитку туризму. Основні межі державної політики у сфері туризму в різних типах країн. Економіка й інфраструктура країни. Територія й навколишнє середовище. Взаємозв'язок туризму, навколишнього середовища та екології.

РОЗДІЛ 4. Технологія туристичної діяльності.

Технологічна система туристської діяльності на вітчизняному й міжнародному рівнях. Соціально-економічна сутність туризму і туристичної діяльності. Загальні умови організації туристичної діяльності. Договірні відносини в туристському бізнесі. Міжнародна співпраця та організація в туризмі. Функціонування технологічних процесів виробництва, надання та споживання туристських послуг туристського підприємства. Уніфікація технологій туристичних послуг туристичного підприємства. Функціональна організація технологічних процесів надання туристичних послуг. Функціонування туристичної індустрії: регуляторні особливості. Методика

розрахунку обсягів туристичної діяльності. Класифікація груп клієнтів. Шкала потреб клієнтів. Формування професійної етики робітників сервісу.

РОЗДІЛ 5. Організація готельного господарства.

Готельний бізнес: розвиток та класифікація. Історія розвитку світового готельного господарства. Історія розвитку готельного господарства України. Нормативно-правова база індустрії гостинності. Фактори, що впливають на типізацію готельного господарства. Сучасний підхід до класифікації підприємств готельного господарства. Класифікація засобів розміщення. Організація приміщень підприємств готельного господарства. Організація і технологія обслуговування на житлових поверхах готельного підприємства. Архітектура та інтер'єр у готельному господарстві. Основні складові формування сучасного інтер'єру підприємства готельного господарства. Функціональна організація приміщень підприємств готельного господарства. Організація приміщень житлової групи. Організація нежитлових груп приміщень підприємства готельного господарства. Організація роботи поверхового персоналу готелю. Технологія прибиральних робіт у житлових групах приміщень. Організація виїзду з готелю. Організація і технологія роботи служби приймання та обслуговування у готельному підприємстві. Сутність послуг гостинності в готельному господарстві. Організація роботи служби приймання та обслуговування в готелі. Технологічні цикли та операції, послідовність їх виконання СПО. Організація надання додаткових послуг у підприємстві готельного господарства. Організація інформаційно-рекламного обслуговування в підприємстві готельного господарства. Культура обслуговування в готельному господарстві. Організація допоміжних та обслуговуючих господарств у готельному підприємстві. Організація та нормування праці працівників підприємства готельного господарства. 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. Особливості організації праці на підприємстві готельного господарства. Робочий час працівників підприємства готельного господарства. Методи вивчення робочого часу. Раціональна організація праці робітників підприємства готельного господарства. Нормування праці на підприємствах готельного господарства.

РОЗДІЛ 6. Організація ресторанного господарства.

Характеристика технологічних процесів виробництва . Асортимент і технологія продукції загального призначення. Сутність і соціально-економічна значимість харчування в сфері туризму. Категорії послуг харчування в туризмі, види меню, технологія обслуговування споживачів. . Класифікація продукції ресторанів. Характеристика підприємств ресторанного господарства. Основні стадії технологічного процесу виробництва продукції в ресторанах. Способи і прийоми кулінарної обробки продуктів. Асортимент і технологія супів. Асортимент і технологія соусів. Асортимент і технологія кулінарної продукції з м'яса та субпродуктів. Технологія основного циклу сервісного обслуговування Асортимент і технологія страв з риби і нерибних продуктів моря. Робота бара.

Асортимент і технологія солодких страв, гарячих і прохолодних напоїв. Асортимент і технологія борошняних і кондитерських виробів Обслуговування в номерах готелів, буфети на поверхах. Підготовка торгівельного залу. Всі види сервіровки стола до сніданку, обіду, вечері. Організація проведення та обслуговування туристів, учасників масових заходів. Види банкетів, приватні та ділові заходи. Розрахунки з відвідувачами.

IV. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

1. Аніпко Н. П. Туристичне країнознавство. Західна та Північна Європа : навч. посібник. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т імені Ю. Федьковича, 2022. 240 с.
2. Джинджоян В. В., Горожанкіна Н. А., Бойко З. В. Основи туризмознавства : навчальний посібник. Київ : Піча Ю.В., 2022. 246 с.
3. Кифяк В. Ф. Організація туризму : навч. посібник. Чернівці : Книги - XXI, 2018. 344 с.
4. Круль Г., Заячук О. Організація і технологія надання послуг гостинності : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2022. 488 с.
5. Король О. Д. Основи туристського маркетингу. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2021. 144 с.
6. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. Київ : Діалектика, 2020. 880 с.
7. Мальська М. П. Туристичне країнознавство. Європа : навч. посібник. Київ : ЦУЛ, 2019. 222 с.
8. Мальська М. П. Маркетинг туризму : підручник. Львів : Український бестселер, 2015. 364 с.
9. Мальська М. П, Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник. Київ : Знання, 2018. 661 с.
10. Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу : навч. посіб. / під заг. ред. М. М, Поплавського, О. О. Гаца. Київ : Кондор, 2008. 460 с.
11. Окландер М. А. Поведінка споживача : навч. посібник. Київ : ЦУЛ, 2014. 208 с.
12. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства : підручник / За ред. П'ятницької Н. О. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 584 с.
13. Організація туризму : навч. посіб. / уклад. О. М. Перепелюк. Умань : Сочінський М. М., 2022. 128 с.
14. Основи ресторанної справи : навчальний посібник / уклад, Г. Я. Круль. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. 496 с.
15. Сокол Т. Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах : підручник для вищих навчальних закладів. Київ : Альтепрес, 2009. 446 с.

16. Тарасенко Є. В. Управління якістю продукції. Київ : КНТЕУ, 2013. 1156.

17. Топольник В. Г. Управління якістю продукції та послуг в готельно-ресторанному господарстві : навч. посібник. Львів : Магнолія, 2012. 328 с.

18. Туризм : програмні матеріали з фахових дисциплін / за ред. О. Д. Короля, Ж. І. Бучко. Чернівці : Чернівецький національний університет, 2021. 208 с.

Голова фахової
атестаційної комісії



Наталія МАКОВЕЦЬКА