

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Сумський державний університет

ПРОГРАМА

**Комплексного атестаційного іспиту з атестації за ступенем «бакалавр»
зі спеціальності 242 «Туризм і рекреація»**

1 ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація» забезпечує вивчення та здобуття студентами поглиблених теоретичних і практичних знань та умінь у сфері туризму і рекреації, здійснення професійної діяльності, орієнтованої на дослідження та розв'язання складних спеціалізованих задач і проблем в туристичному бізнесі та індустрії гостинності.

Атестаційний іспит – це завершальна стадія оцінки рівня підготовки фахівців-бакалаврів – комплексна перевірка знань студентів з фахових дисциплін, передбачених навчальним планом спеціальності. Проводиться для студентів 4 курсу денної форми навчання у 8 семестрі. До проходження атестації здобувачів вищої освіти – складання атестаційного іспиту – допускаються здобувачі вищої освіти, які виконали всі вимоги навчального плану за спеціальністю 242 «Туризм і рекреація» за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти з туризму і рекреації.

Для проведення атестаційного іспиту створюється екзаменаційна комісія з атестації здобувачів вищої освіти у складі голови та членів комісії.

Основним науково-методичним документом, що регламентує зміст атестаційного іспиту, є програма, яка розроблена відповідно до методичних інструкцій «Загальні вимоги до оформлення екзаменаційних матеріалів для контрольних заходів підсумкової атестації за ступенем «бакалавр», що проводяться за тестовими технологіями» (версія 03), введених в дію наказом ректора СумДУ № 0227-І від 21.03.2019.

Атестаційний іспит з атестації здійснюється шляхом оцінювання рівня професійних знань, умінь та навичок здобувачів з використанням загальнодержавних методів комплексної діагностики.

Метою атестаційного іспиту є встановлення фактичного рівня теоретичних знань, практичних навичок та вмінь вимогам освітньо-професійної програми "Туристичний бізнес та індустрія гостинності" спеціальності 242 "Туризм і рекреація".

Основними завданнями складання атестаційного іспиту є:

- аналіз засвоєння рівня знань, умінь, та набуття навичок, здібностей, отримання програмних результатів навчання з відповідних дисциплін;
- оцінювання рівня володіння сукупністю професійних компетентностей;
- визначення та аналіз рівня фундаментальних знань та здобуття практичних навичок у процесі навчання.

Атестаційний екзамен має на меті визначення рівня сформованості компетентностей (інтегральної, загальних, фахових) та програмних результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Компетентності відповідно до ОПП:

ІК. Здатність комплексно розв'язувати складні професійні задачі та практичні проблеми у сфері туризму і рекреації як в процесі навчання, так і в процесі роботи, що передбачає застосування теорій і методів системи наук, які формують туризмознавство, і характеризуються комплексністю та невизначеністю умов.

К04.Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу.

К09.Вміння виявляти, ставити і вирішувати проблеми.

СК15. Знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності.

СК16.Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях

Програмні результати навчання відповідно до ОПП:

ПР02.Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії туризму, організації туристичного процесу та туристичної діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг, а також світоглядних та суміжних наук.

ПР03.Знати і розуміти основні форми і види туризму, їх поділ.

ПР04.Пояснювати особливості організації рекреаційно-туристичного простору

ПР17.Управляти своїм навчанням з метою самореалізації в професійній туристичній сфері.

ПР18.Адекватно оцінювати свої знання і застосовувати їх в різних професійних ситуаціях.

Програма атестаційного екзамену включає питання з навчальних дисциплін фахової підготовки. Атестаційний екзамен складається у письмовій формі з чотирьох компонент циклу професійної підготовки на підставі затверджених екзаменаційних білетів, які включають тестові завдання.

Для підсумкової атестації за ступенем «бакалавр» екзаменаційні завдання формуються з завдань таких дисциплін:

1. Організація туризму.
2. Туроперейтинг.
3. Маркетинг та менеджмент в сфері туризму та гостинності.

4. Міжнародний туризм.

2 АНОТАЦІЇ ТА ТИПОВІ ПИТАННЯ З ДИСЦИПЛІН, ЩО ВИНОСЯТЬСЯ НА ЕКЗАМЕН З АТЕСТАЦІЇ ЗА СТУПЕНЕМ «БАКАЛАВР» СПЕЦІАЛЬНОСТІ «ТУРИЗМ І РЕКРЕАЦІЯ»

Дисципліна «Організація туризму»

Основна мета навчальної дисципліни «Організація туризму» сформувати у здобувачів цілісний суспільно-економічний на особливості та тенденції розвитку туризму, формування комплексу знань щодо базових принципів, категорій, методів та інструментів організації туристичних подорожей, ознайомити здобувачів з основними поняттями теорії і методології транспортних систем і особливостей їх використання для потреб туризму, сформувати уявлення про необхідність суворого дотримання норм і правил безпеки подорожей, виконання усіх необхідних туристських формальностей при здійсненні міжнародних туристичних подорожей, екскурсійної та анімаційної діяльності для спеціалістів в сфері туризму.

Завданнями навчальної дисципліни «Організація туризму» є вивчення системи понять туристичної діяльності, організація нових напрямів здійснення туристичної діяльності в межах України, застосування вітчизняного та закордонного досвіду реалізації кластерної моделі функціонування туристичного ринку.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є організаційно-правові і технологічні аспекти проектування, планування, просування і здійснення туристичних подорожей у якості комплексного туристичного продукту.

Організація ринку туристичних послуг. Умови розвитку туризму: природно-географічні, історико-політичні, соціально-економічні, демографічні. Зовнішні та внутрішні умови та фактори розвитку туризму. Фактори залучення (що спонукають до подорожі) та фактори розподілу і диференціації попиту (що впливають на вибір місця подорожі). Значення туризму в структурі народного господарства країни. Роль та місце туризму в сучасному суспільстві. Соціально-економічні проблеми розвитку туризму в суспільстві. Функції туризму в суспільстві.

Міжнародні, регіональні та національні показники розвитку сфери туризму. Статистика туризму: методологія розрахунків та показники розвитку міжнародного туризму. Сталий розвиток туризму регіонів та окремих дестинацій. Рекомендації UNWTO з методологічної структури туризму. Проблеми обліку туристських витрат та розрахунків. Мультиплікативний ефект в туризмі. Основні показники, які включені в статистику туризму.

Організація туристичних подорожей. Види і функціональна структура закладів туристичного обслуговування населення. Поняття туристичної послуги. Види туристичних послуг та їх функціональна класифікація. Основні властивості туристичних послуг. Організація послуг комунікацій, розміщення, харчування, оздоровлення та дозвілля. Поняття туристичного продукту.

Організація обслуговування клієнтів. Визначення програмного туризму. Програмний туризм та особливості формування пакетних турів. Перелік технологічної документації, що забезпечує процеси вибору маршрутів та формування турів. Основні етапи розробки туристичного продукту. Види програм обслуговування: рекреаційна, курортна, пізнавальна; спортивна, освітня; ділова. Категорії і розряди транспортних засобів за поділом Всесвітньої туристичної організації. Оцінка привабливості основних транспортних засобів для міжнародних туристичних подорожей. Основи взаємодії транспорту і туризму. Туристичний транспорт – визначення і змістовна характеристика. Нетрадиційний та прогулянковий транспорт в туризмі, його оцінка. Трансфер в туризмі.

Ліцензування як важіль підвищення якості роботи туристського підприємства. Сертифікація та стандартизація в туризмі

Необхідність і цілі ліцензування. Основні визначення з ліцензування. Нормативно-правова база ліцензування. Порядок оформлення ліцензії, копії ліцензії, дубліката ліцензії, переоформлення ліцензії та анулювання ліцензії. Умови ліцензування. Контроль за дотриманням ліцензійних умов. Сутність сертифікації. Цілі сертифікації. Види сертифікації. Порядок і правила сертифікації послуг у сфері туризму. Стандартизація в туризмі – засіб захисту прав та інтересів туристів. Поняття про стандартизацію і стандарти. Цілі і завдання стандартизації. Об'єкт, предмет, область і рівні стандартизації. Міжнародні органи стандартизації. Національна система стандартизації. Стандарти, що діють в галузі туризму. Договірні відносини в туризмі. Загальна характеристика договорів. Вимоги до укладання договорів. Договірні відносини між туристськими підприємствами. Договірні відносини між туристськими підприємствами і постачальниками послуг. Договірні відносини між туристськими підприємствами і споживачами туристських послуг.

Організація екскурсійної діяльності. 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: інформування, культурний відпочинок, розширення кругозору, формування інтересів. Екскурсія як форма туристської послуги. Екскурсійний метод пізнання та його особливості. Екскурсійний аналіз. Види та групи екскурсійного аналізу.

Перелік теоретичних питань, що виносяться на екзамен з атестації

1. Безпека туристичної подорожі. Класифікація шкідливих чинників у туризмі та рекреації.
2. Банківські та фінансові послуги в туризмі та рекреації.
3. Біологічні чинники ризику в туризмі та рекреації.
4. Застосування інформаційних технологій у готельно-ресторанній справі.
5. Застосування інформаційних технологій у туризмі та рекреації.
6. Внутрішнє та зовнішнє середовище туристичної організації.
7. Вплив довкілля як чинник ризику у туризмі.
8. Географія туристичного попиту.

9. Готельна індустрія, її роль у розвитку туризму.
10. Державне регулювання рекламно-інформаційної діяльності в туризмі.
11. Диверсифікація – один із напрямів підвищення ефективності діяльності туристичного підприємства.
12. Етап перевезення як чинник ризику в туризмі.
13. Ефективність інвестиційних проектів в туризмі.
14. Загальні вимоги до підприємств харчування.
15. Класифікації туризму. Види і форми.
16. Класифікація підприємств ресторанного сервісу.
17. Класифікація транспортних подорожей і транспортних засобів.
18. Ліцензування туристичної діяльності в Україні.
19. Нормативно-правові передумови утворення туристичної фірми.
20. Обслуговування туристів автомобільним транспортом.
21. Обслуговування туристів залізничним транспортом.
22. Оперативне планування в системі менеджменту туристичного підприємства.
23. Оподаткування туристичної діяльності.
24. Організатори туристичної та рекреаційної діяльності.
25. Організаційно-управлінська структура підприємства туроператора.
26. Основні види транспортного обслуговування туристів. Їхня порівняльна характеристика.
27. Особливості туриста як споживача послуг і товарів.
28. Особливості туристичного продукту. Правила продажу турпродукту.
29. Договір, путівка, ваучер.
30. Охарактеризуйте поняття «Туристичний страховий поліс».
31. Перевезення – одна з найважливіших послуг туризму та рекреації.
32. Перевезення туристів водним транспортом.
33. Перевезення туристів повітряним транспортом.
34. Поняття про туризм.
35. Потенційні можливості використання інформаційних технологій в туризмі та рекреації.
36. Роль та значення Всесвітньої туристичної організації (UNWTO).
37. Система державних органів управління туризмом в Україні.
38. Система розваг, її значення в туризмі.
39. Специфічні чинники ризику в туризмі.
40. Які загальні специфічні характеристики послуг властиві туристичному продукту? Охарактеризуйте їх.
41. Страхування туристів.
42. Суть поняття «екскурсія», класифікація екскурсій, правове регулювання екскурсійної діяльності.
43. Туристична індустрія: структура, взаємозв'язок з іншими галузями економіки, науки і культури, системою освіти.
44. Фактори формування попиту на туристичні послуги і товари.
45. Формування та організація туристичного продукту.
46. Функція планування в туризмі та рекреації.

47. Чинники розвитку туристичної індустрії України. Дисципліна «Туроперейтинг»

Метою вивчення дисципліни є формування теоретичних, професійних знань і практичних навичок щодо умов та правил здійснення туристичних подорожей; формування системи знань та навичок щодо провадження туроператорської та турагентської діяльності, створення туристичного продукту; дотримання технології та правил організації туристичних подорожей; бронювання різних видів послуг; координації роботи суб'єктів туристичного бізнесу, задіяних в туристичному обслуговуванні; організації роботи служб та підрозділів туроператорської компанії та ін.

Підприємство як об'єкт туристичної індустрії. Поняття туризму та історичні аспекти його розвитку. Класифікація підприємств туристичної індустрії. Особливості, принципи та функції менеджменту в туристичному бізнесі.

Понятійний апарат туроперейтингу. Сутність туроператорської діяльності. Роль та завдання туроператора на туристичному ринку. Види туроператорів за спеціалізацією, територіальним рівнем та формою організації. Основні функції туроператора. Особливості діяльності виїзних, в'їзних та місцевих туроператорів.

Туристичний продукт як предмет діяльності туроператора. Сутність, особливості та складові туристичного продукту. Види та характеристика найпопулярніших турів. Тур-пакет: поняття та основні характеристики. Складові тур-паketу. Технологія проектування туристичних послуг.

Організація співпраці туроператора з постачальниками та діловими партнерами. Критерії оцінки та відбору туроператором ділових партнерів та постачальників.

Особливості співпраці туроператора з транспортними компаніями. Організація співпраці туроператора з закладами розміщення та харчування туристів. Організація співпраці туроператора з екскурсійними бюро, музеями та іншими соціально-культурними закладами. Організація співпраці туроператора з страховими компаніями. Особливості співпраці туроператора з приймаючими туристичними компаніями. Організація співпраці туроператора з туристичними агенціями.

Управління збутовою діяльністю туроператора. Концепція збутової політики в туризмі. Суть та значення каналів розподілу туристичних продуктів. Системи управління збутом туристичних операторів. Роль маркетингових систем у розподілі туристичних продуктів. Формування туристичними підприємствами збутової стратегії.

Фінансові та облікові аспекти туроперейтингу. Фінансова схема роботи туроператора. Облікова політика. Облік витрат туроператора та формування собівартості туристичних послуг. Методи розрахунку ціни туристичної послуги. Кінцева ціна туру: фактори що на неї впливають. Сезонні коливання цін в туризмі. Формування фонду заробітної плати на підприємстві туроператора. Податковий облік.

Управління персоналом на туристичному підприємстві. Сутність та основні принципи ефективного управління персоналом. Планування та підбір персоналу. Управління професійним розвитком працівників. Кваліфікаційні вимоги до спеціалістів у сфері туropolерейтингу.

Стратегічний менеджмент в туropolераторській діяльності. Особливості стратегування на підприємствах туристичної сфери. Система стратегічного менеджменту туристичного підприємства. Стратегічний план туристичного підприємства: характерні ознаки, відмінні особливості. Корпоративна культура: взаємозв'язок її складових та їх вплив на стратегічний розвиток туристичного підприємства.

Перелік теоретичних питань, що виносяться на екзамен з атестації

1. Характеристика основних понять як об'єктів вивчення дисципліни.
2. Етапи розвитку туropolерейтингу. Поняття «туropolерейтинг» та види діяльності туropolератора.
3. Предмет діяльності туropolератора. Профіль роботи туropolератора. Схема організації роботи туropolератора по розробці і реалізації туристського продукту.
4. Класифікація та види туropolераторів. Основні типи туropolераторів.
5. Оператори масового ринку. Оператори спеціалізовані: на певному продукті/послугі і сегменті ринку.
6. Туризм спеціального інтересу і певного місця призначення. Місцеві туropolератори.
7. Організація турів для внутрішнього туризму.
8. Виїзні (ініціативні) туropolератори. Рецептивні туropolератори.
9. Функції туropolераторів та турагентів.
10. Структура туристичного ринку. Суб'єкти ринку виробника, їх класифікація та характеристика.
11. Прояв глобалізаційних процесів в індустрії туризму. Світовий та макрорегіональний ринки готельних та транспортних послуг, особливості функціонування туристичної індустрії.
12. Геопросторова організація світового туристичного ринку.
13. Схеми реалізації та просування туристичного продукту. Методи збуту туристичного продукту.
14. Зовнішні та внутрішні фактори туropolерейтинга. Оцінка їх впливу.
15. Організація туropolераторського та турагентського бізнесу: нормативноправові вимоги. Вимоги щодо ліцензування туropolераторської діяльності.
16. Регуляторні вимоги щодо організації туropolераторського та турагентського бізнесу.
17. Роздрібні й оптові туристичні фірми та їх місце у структурі каналів збуту.
18. Типова організаційна структура туropolератора: взаємозв'язок роботи підрозділів.
19. Види і форми агентської роботи. Класифікація турагентів.
20. Види агентів. Агентські мережі.
21. Власні бюро продажів туropolератора та їх головні функції.

22. Види ринкових каналів просування туристичного продукту.
23. Формування збутової мережі туроператорів.
24. Формування збутової мережі. Канали просування і реалізації турпродукту.
25. Форми організації збуту туристського продукту.
26. Роль турагентств у турбізнесі. Система комісійних як основа взаємин між турагентом і туроператором.
27. Характер контрактних стосунків між туроператором і турагентством. Контрагентська мережа та основні умови агентських угод.
28. Види і форми інтеграції на ринку туристичних послуг.
29. Тлумачення терміна «аквізитор». Джерела аквізиції туристів. Аквізиція туристів та основні методи продажу в туризмі.
30. Зміст робіт з турпроекування.
31. Характеристика асортименту послуг туристичної фірми. Асортимент послуг туроператорів.
32. Диференціація пропозицій туроператора.
33. Вибір географії подорожей і сегментування на різних туристичних ринках.
34. Мотивація подорожей і формування пакетів послуг.
35. Алгоритм розроблення програми обслуговування. Планування туристичних подорожей.
36. Схеми роботи туроператора з реалізації та організації турів.
37. Позичування турів та туроператорів на конкурентному ринку.
38. Визначення портрета споживача й потреб туристів.
39. Стадії планування туристського пакету.
40. Договірний план і переговори з постачальниками послуг. Узгодження плану туристичного обслуговування з постачальниками.

Дисципліна «Маркетинг та менеджмент в сфері туризму та гостинності»

Мета дисципліни: формування сучасного управлінського мислення, основ системного керування організаціями будь-яких видів – ухвалення адекватних управлінських рішень на майбутньому місці роботи. Формування знань із теоретичних основ та практичних навиків із маркетингу та менеджменту туристичної індустрії.

Концепція менеджменту в управлінні туристичними підприємствами. Порівняльна характеристика світових моделей управління. Функціональний цикл управління.

Туризм як об'єкт управління та система. Поняття організації як соціально-економічної системи Ринок туристичних послуг: характеристика та учасники Внутрішнє середовище організації Зовнішнє середовище організації.

Структурна організація як функція управління туристичних підприємств. Основні елементи структури управління. Найбільш розповсюджені типи організаційних структур на турпідприємствах. Розгляд етапів організаційного проектування.

Управління та мотивація персоналу підприємств туристичної сфери. Визначення принципів відмінностей між бізнесменами, підприємцями та

менеджерами. Проблеми управління кар'єрою сучасного менеджера. Визначення ефективних можливостей росту. Нові вимоги до управління турпідприємствами на сучасному етапі розвитку.

Підготовка та розроблення управлінських рішень у сфері туризму. Процес прийняття управлінських рішень у діяльності турпідприємств. Аналіз факторів, що впливають на ухвалення рішення. Об'єктивне та суб'єктивне оцінювання ухваленого рішення.

Соціально-економічна сутність маркетингу в туризмі. Маркетинг в індустрії гостинності. Вплив глобалізації на маркетингову діяльність туристичного підприємства. Порівняння концепції управління маркетингом.

Ринок туристських послуг і його сегментація. Вибір критеріїв сегментації ринку туристичних послуг, виділення цільового сегменту.

Маркетингова політика розподілу. Політика розподілу та її завдання. Формування каналів розподілу. Договірні вертикальні маркетингові системи.

Основні підходи до створення реклами в туризмі. Основні підходи до встановлення цін. Вивчення реакції споживачів турпродукту, конкурентів, партнерів на зниження цін.

Комунікаційна політика туристичного підприємства. Суть і зміст маркетингової комунікаційної політики. Процес вибору комплексу просування. Реклама як засіб просування. Стимулювання збуту. Персональний продаж. Паблік рилейшнз. Прямий маркетинг. Виставки та ярмарки. Брендінг. Спонсорство.

Організація маркетингу на туристичному підприємстві. Засади та принципи організації маркетингу на підприємстві. Процес побудови маркетингової організаційної структури. Визначення сутності, функцій і кількості рівнів каналів дистрибуції. Оцінювання альтернативних каналів збуту туристичного продукту.

Перелік теоретичних питань, що виносяться на екзамен з атестації

1. Зміст, цілі і функції менеджменту туризму.
2. Основні завдання менеджменту туристичних підприємств як суб'єктів ринкової економіки.
3. Сутність управлінської діяльності. Співвідношення ролей і завдань у роботі керівників різних рівнів.
4. Управління, що спрямоване до успіху. Ознаки успішних організацій.
5. Внутрішні складники організації туристичної організації та їх взаємозв'язок.
6. Характеристика та складники зовнішнього середовища сучасного підприємства.
7. Макросередовище і його вплив на діяльність туристичного підприємства.
9. Інфраструктура туристичної індустрії як матеріальна основа формування туристичних продуктів і послуг.
10. Проектування туристичного продукту.
11. Організаційно-структурна модель бізнес-системи туристичного підприємства.
12. Поняття і зміст методів управління. Сфери їх застосування.
13. Адміністративні методи управління підприємством.

14. Економічні методи управління підприємством.
15. Соціально-психологічні методи управління підприємством.
16. Методологія формування принципів управління підприємством.
17. Природа процесу прийняття рішень та класифікація управлінських рішень за різними ознаками.
18. Підходи до прийняття рішень. Етапи раціонального вирішення проблеми.
19. Фактори, що впливають на процес прийняття рішень.
20. Експертні методи обґрунтування управлінських рішень.
21. Методи активізації творчого пошуку при прийнятті управлінських рішень.
22. Сутність стратегічного планування. Вибір місії і цілей організації.
23. Ціле покладання та його роль в управлінні туристичним підприємством. Побудова «дерева цілей».
24. Аналіз зовнішніх загроз та можливостей підприємства.
25. Методи прогнозування та їх застосування в стратегічному плануванні.
26. Процес управлінського обстеження сильних і слабких сторін підприємства.
27. Стратегічні альтернативи розвитку туристичного підприємства.
28. Фактори, що впливають на вибір конкурентної стратегії в туристичному бізнесі.
29. Повноваження та відповідальність. Види повноважень та умови їх ефективного делегування.
30. Принципи побудови організації. Проектування організаційної структури.
31. Фактори, що впливають на вибір організаційної структури управління.
32. Організаційні зміни та їх роль у формуванні конкурентних переваг туристичної фірми.
33. Сутність та еволюція поняття мотивації. Потреби та винагороди, мотиви та стимули.
34. Сутність і порівняльна характеристика теорій потреб Маслоу та МакКлеланда.
35. Двофакторна теорія Герцберга.
36. Теорія очікувань.
37. Теорія справедливості.
38. Модель Портера-Лоулера.
39. Роль матеріального стимулювання у мотивації трудової діяльності.
40. Організаційна культура та її складники. Розвиток організаційної культури.
42. Сутність і роль комунікацій в управлінні підприємством. Види маркетингових комунікацій.
43. Комунікаційний процес, його елементи та етапи. Роль зворотного зв'язку в комунікаційному процесі.
44. Цілі й ефективність реклами як виду маркетингових комунікацій.
45. Інновації та їх місце у системі менеджменту туристичної фірми.
46. Поняття й критерії ефективності управління організацією. Ефективність менеджменту туристичної фірми.

Дисципліна «Міжнародний туризм»

Метою дисципліни є поглиблення і розширення теоретичних знань про особливості організації, функціонування і перспективи розвитку міжнародного туризму і місця України на його ринку, основи методології вивчення світових туристичних потоків, тенденцій їх формування, набуття студентами практичних професійних компетенцій з організації інституційного регулювання розвитку міжнародного туризму.

Міжнародний туризм, його сутність та форми. Функції міжнародного туризму. Значення міжнародного туризму для збереження історико-культурних пам'яток, місцевих звичаїв і традицій. Прояви негативного впливу міжнародного туризму на суспільство.

Становлення сучасних форм розвитку та державного регулювання міжнародного туризму в країнах світу. Передісторія туризму. Фактори формування попиту і пропозиції на міжнародному ринку туристичних послуг. Форми організації державного регулювання туристичної сфери в країнах світу.

Міжнародні туристичні організації. Спеціалізовані установи ООН, що займаються питаннями розвитку міжнародного туризму. Історія створення, структура управління, функції регіональних комісій та напрями діяльності Всесвітньої туристичної організації. Класифікація міжнародних туристичних організацій, їх типи і види. Норми міжнародного туристичного права.

Статистика міжнародного туризму. Статистика туристських потоків. Статистика туристських доходів і витрат. Методи статистичного обліку в туризмі. Основні напрями вдосконалення статистики міжнародного туризму.

Географія міжнародного туризму. Країни, що постачають міжнародних туристів. Країни, що приймають міжнародних туристів. Географія міжнародних туристичних потоків світу. Географія міжнародного відпочинкового, лікувально-оздоровчого, ділового, наукового та релігійного туризму.

Туристичне районування світу. Склад країн Європейського, Американського, Азіатсько-Тихоокеанського, Африканського, Близькосхідного та Південноазійського туристичних регіонів.

Туристичний потенціал України. Місце України в системі міжнародного туризму. Природні ресурси України - основний чинник її туристичної привабливості. Кліматичні, географічні, геополітичні та економічні переваги України щодо прийняття іноземних туристів. Стан розвитку туристичної та супутньої інфраструктури як вагомий важіль впливу на інтенсивність в'їзного туристичного потоку. Національна та регіональні програми розвитку туризму в Україні.

Особливості формування туристичної пропозиції в умовах транснаціональної світової індустрії туризму. Сутність та значення ТНК на сучасному етапі розвитку світового господарства. Історичний аспект розвитку та основні причини зростання міжнародного виробництва ТНК. Франчайзинг як форма організації міжнародного туристичного бізнесу. Теоретичні концепції діяльності ТНК. ТНК в готельному господарстві. Найбільші готельні ланцюги.

Основні ознаки ТНК. Типи компаній. Процеси глобалізації в світовому туризмі. Причини інтернаціоналізації туристичного бізнесу. Вплив туристських ТНК на національну економіку.

Сучасний стан та перспективи розвитку найважливіших секторів міжнародної індустрії послуг. Прогноз розвитку міжнародного туризму. Найцікавіші туристичні напрямки ХХІ ст. Перспективи політичної стабільності у світі та її вплив на розвиток міжнародного туризму.

Перелік теоретичних питань, що виносяться на екзамен з атестації

1. Міжнародний туризм, його сутність та форми.
2. Функції міжнародного туризму.
3. Значення міжнародного туризму для збереження історико-культурних пам'яток, місцевих звичаїв і традицій.
4. Прояви негативного впливу міжнародного туризму на суспільство.
5. Передісторія туризму.
6. Фактори формування попиту і пропозиції на міжнародному ринку туристичних послуг.
7. Форми організації державного регулювання туристичної сфери в країнах світу.
8. Спеціалізовані установи ООН, що займаються питаннями розвитку міжнародного туризму.
9. Історія створення, структура управління, функції регіональних комісій та напрями діяльності Всесвітньої туристичної організації.
10. Класифікація міжнародних туристичних організацій, їх типи і види.
11. Норми міжнародного туристичного права.
12. Статистика туристських потоків.
13. Статистика туристських доходів і витрат.
14. Методи статистичного обліку в туризмі.
15. Основні напрямки вдосконалення статистики міжнародного туризму.
16. Особливості туристичного ринку.
17. Туризм як сектор світового господарства що найбільш динамічно розвивається.
18. Сучасний стан та перспективи розвитку міжнародного туристичного ринку.
19. Міжнародне співробітництво в галузі туризму. Етапи розвитку міжнародного туризму в Україні.
20. Характеристика та аналіз структури вітчизняної матеріальнотехнічної бази іноземного туризму.
21. Співробітництво України з іноземними країнами в галузі міжнародного туризму.
22. Пріоритетні заходи державної політики щодо стимулювання іноземного туристичного потоку в Україну.
23. Напрями подальшого розвитку вітчизняного ринку міжнародного туризму.

- Сутність туристської пропозиції. та її особливості за секторами туристичної сфери. Рівновага на ринку туризму.
26. Транснаціональні компанії на ринку міжнародного туризму та в готельному господарстві.
 27. Процеси глобалізації в світовому туризмі.
 28. Специфіка турагентської та туроператорської діяльності на міжнародному ринку туристичних послуг.
 29. Географія турагентської мережі світу.
 30. Форми співробітництва туроператорів і турагентів.
 31. Класифікація засобів розміщення у міжнародному туризмі.
 32. Види транспортних перевезень у міжнародному туризмі.
 33. Використання інформаційних мереж в міжнародному туристичному обслуговуванні.

3 СТРУКТУРА ЕКЗАМЕНАЦІЙНИХ ЗАВДАНЬ

Екзаменаційні білети (приклад - додаток А) сформовані випадковим чином та містять тестові завдання. Екзаменаційний білет складається зі 50 тестових завдань; кожне тестове завдання містить чотири варіанти відповідей, серед яких лише один правильний.

4 КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Оцінювання завдань для підсумкової атестації за ступенем «бакалавр» здійснюється за 100-бальною шкалою, що передбачено «Положенням про організацію освітнього процесу в Сумському державному університеті». Оцінка знань здійснюється за бальною системою. Правильна відповідь за кожне тестове завдання оцінюється в 2 бали. За кожні п'ять виправлень 1 бал знімається. Максимально можлива кількість балів при правильній відповіді на всі завдання – 100.

Оцінювання здійснюється за такою шкалою:

Визначення	Чотирибальна національна шкала оцінювання	Рейтингова бальна шкала оцінювання
Відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	5 (відмінно)	$90 \leq RD \leq 100$
Вище середнього рівня з кількома помилками	4 (добре)	$82 \leq RD < 89$
Загалом правильна робота з певною кількістю помилок	4 (добре)	$74 \leq RD < 81$
Непогано, але зі значною кількістю недоліків	3 (задовільно)	$64 \leq RD < 73$
Виконання задовольняє мінімальним критеріям	3 (задовільно)	$60 \leq RD < 63$
Можливе повторне складання	2 (незадовільно)	$21 \leq RD < 59$
Можливе одноразове повторне складання	2 (незадовільно)	$0 \leq RD < 20$

5 СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Світлична В. Ю., Александрова С. А. Економіка міжнародного туризму: підручник. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 167 с.
2. Конспект лекцій з дисципліни «Міжнародний та event туризм» для студентів спеціальності «Туризм і рекреація» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти всіх форм навчання / уклад. Н. В. Якименко-Терещенко, О.О. Носирев, В.В. Мартинова. – Харків: НТУ «ХП», 2025. 59 с.
3. Менеджмент туристичної індустрії : практикум / Руденко В. П., Підгірна В. Н., Наконечний К. П. та ін. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2023. 384 с.
4. Джинджоян В.В., Корнєєв М.В., Ходак О.В., Небаба Н.О. Економіка та менеджмент міжнародного туризму: навчальний посібник. Київ: Видавництво «Каравела», 2024. 376 с.
5. Гаврилюк С. П. Сучасні тренди розвитку туристичного підприємництва в Україні. Регіональний туризм: сучасні виклики та перспективи розвитку : колективна монографія / В. Г. Алькема [та ін.]; ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК». Київ : Університет «КРОК», 2023. С. 117-154.
6. Круль Г. Я., Заячук О. Г. Організація і технологія надання послуг гостинності : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2022. 488 с.
7. Рожі І. Г., Браславська О. В. Міжнародний туризм : навч. посіб. МОН України, Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини. Умань: Візаві, 2022. 180 с.
8. Туризм і рекреація : бакалаврський курс: навч. посібн. для студентів спеціальності 242 «Туризм і рекреація» першого (бакалаврського) рівня освіти усіх форм навчання. Частина 1. / за ред. проф. Н. В. Якименко-Терещенко. – Харків: Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». 2023. – 573 с.
9. Уварова Г.Ш., Мелько Л.Ф. Туристичне країнознавство: навч. посіб. Київ : ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», 2022. 410 с.
10. Щука Г.П. Подієвий туризм : навч.-метод. посіб. / Г. П. Щука.– Берегове: ЗУІ, 2023. 171 с.
11. Мальська М. П., Грицишин А. Т., Білоус С. В., Топорницька М.Я. Фестивальний туризм: теорія та практика: навч. посібник / М. П. Мальська, А. Т. Грицишин, С. В. Білоус, М. Я. Топорницька. Київ : Видавець ФОП Піча Ю. В., 2022. 232 с.
12. Полчанінова І. Л. Рекреаційні комплекси світу : навч. посібник. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О.М.Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 107с.

ДОДАТОК А

СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Начальник організаційно-методичного управління

_____ 2026 р.

ЕКЗАМЕНАЦІЙНЕ ЗАВДАННЯ

комплексного екзамену з атестації за ступенем «бакалавр»
спеціальності 242 «Туризм і рекреація»

Варіант № 0

1. Яке з наведених нижче визначень терміну "Туризм" дано в Законі України "Про туризм"?

А) туризм – тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання з оздоровлювальною, пізнавальною або професійно-діловою метою без заняття оплачуваною діяльністю;

Б) туризм – загальне поняття для всіх форм тимчасового виїзду людей з місця постійного проживання для задоволення пізнавальних інтересів в вільний час;

В) туризм – один з видів активного відпочинку, що являє собою подорожі, які вчиняються з метою пізнання тих або інших районів, нових країн.

Г) немає вірної відповіді.

2. Який орган реалізує державну туристичну політику України?

А) міністерство освіти та науки молоді та спорту;

Б) державна туристична адміністрація України;

В) національна Рада з туризму;

Г) Державний комітет з курортів і туризму України.

3. Яке з наведених нижче визначень відповідає терміну "ліцензія на здійснення туристської діяльності", наведене в Законі України "Про туризм"?

А) спеціальний дозвіл, що підтверджує право його власника на здійснення відповідного виду або комплексу видів діяльності;

Б) документ, що видається на певний відрізок часу і дозвіл, що містить визначальні умови заняття тим або іншим видом діяльності;

В) документ, що підтверджує якість туристських послуг і їхню відповідність конкретному стандарту або іншому нормативному документу;

Г) усі відповіді вірні.

4. В чому полягає задача вибору найкращого туристського маршруту?

А) забезпечення найбільшої безпеки і вигоди учасників маршруту;

Б) відвідання всіх намічених пунктів з найменшими витратами;

В) комфорт в обслуговуванні;

Г) усі відповіді вірні.

5. Які з наведених нижче прав туриста регламентовані в Законі України "Про туризм"? Туристи мають право:

А) на особисту безпеку, захист життя, здоров'я, прав споживача, а також майна;

Б) доступу до швидкого і ефективного суспільного зв'язку всередині країни, а також з зовнішнім світом;

В) на сповідування своєї власної релігії і відповідні умови для цієї мети;

Г) усі відповіді вірні.

6. За ступенем організованості туризм буває:

А) самодіяльний та організований;

Б) плановий та комерційний;

В) соціальний та інтенсивний.

Г) немає правильної відповіді.

7. Ваучер є документом, який:

А) встановлює право на послуги, що входять до туристичного пакету;

Б) надає право для виїзду в країну, яка вибрана для подорожі;

В) є необхідним для перетину кордону;

Г) є необхідним для відкриття візи.

8. За кількістю учасників туризм буває:

А) індивідуальний та груповий;

Б) інклюзив-тур та ексклюзив-тур;

В) ексклюзивний та груповий;

Г) екстремальний та спортивно-оздоровчий.

9. Страхування туристів (медичне та від нещасного випадку) є:

А) обов'язковим;

Б) добровільним;

В) не передбачається.

Г) залежно від мети подорожі

10. В чому полягає соціокультурна функція туризму?

А) туризм сприяє підвищенню культурного рівня людини і суспільства;

Б) туризм - це сфера діяльності, що задовольняє людські потреби;

В) туризм допомагає розвитку взаєморозуміння між народами;

Г) туризм допомагає знайомитися з новими місцями.

11. Характерною відмінною особливістю фірми-туроператора є:

А) діяльність по формуванню туристичного продукту на основі комплектації послуг виробників в єдиний пакет;

Б) діяльність на міжнародному ринку туристичних послуг;

В) організації збуту туристичного продукту виключно через мережу турагентств;

Г) немає вірної відповіді.

12. Головне завдання екскурсійної діяльності:

А) задоволення споживачів екскурсійних послуг;

Б) збільшення потоку екскурсантів;

В) створення нових екскурсій та розширення їх тематики;

Г) реставрація екскурсійних об'єктів.

13. Основним завданням туроператора виступає:

А) створення туру, підкріпленого програмою обслуговування;

Б) реалізація туру;

В) створення рекламної кампанії туру;

Г) розробка програмного забезпечення реалізації туру.

14. Основним завданням турагента виступає:

А) створення туру, підкріпленого програмою обслуговування;

Б) реалізація туру;

В) створення рекламної кампанії туру;

Г) розробка програмного забезпечення реалізації туру.

15. Розробляє туристичні маршрути, наповнює їх послугами, забезпечує функціонування турів і надання послуг, готує рекламно-інформаційні видання про свої тури, розраховує ціни:

А) турагент;

Б) туроператор;

В) екскурсовод;

Г) всі відповіді правильні.

16. Ціноутворення на туристичному ринку – це функція:

А) турагента;

Б) туроператора;

В) екскурсовода;

Г) всі відповіді правильні.

17. Повна або часткова передплата заявленої кількості номерів або посадкових місць в літаку безпосередньо перед початком сезону – це:

А) елотмент;

Б) комітмент;

В) блок-місце;

Г) чартерний ланцюжок.

18. Заява про необхідні обсяги та тривалість блока місць без оплати за них – це:

А) елотмент;

Б) комітмент;

В) бронювання;

Г) чартерний ланцюжок.

19. Найважливішою формою маркетингової активності туроператора є:

А) планування майбутнього туру;

Б) просування туристичного продукту;

В) інновації;

Г) бюджетування.

21. Створення туроператором упорядкованого за часом графіку надання заявлених послуг, що відповідає вимогам туриста до їх складу й якості – це:

А) планування майбутнього туру;

Б) просування туристичного продукту;

В) інформативна функція;

Г) новаторська функція.

22. Яка функція туроператора проявляється в тому, що в процесі розробки, просування, реалізації турів оператор поширює на ринку всі можливі дані, часто маловідомі, або взагалі раніше не відомі, отримані в результаті копіткої роботи туроператора як з вторинними джерелами інформації, так і в ході відрядження та ознайомчих подорожей:

А) планування майбутнього туру;

Б) просування туристичного продукту;

В) інформативна функція;

Г) новаторська функція.

23. Прагнення туристичного оператора до виживання в мінливих ринкових умовах, що вимагає перманентного моніторингу кон'юнктури туристичного ринку і своєчасної модифікації існуючого або створення принципово нового турпродукту, що максимально відповідає існуючим потребам туристів - це:

А) планування майбутнього туру;

Б) просування туристичного продукту;

В) інформативна функція;

Г) новаторська функція.

24. Туроперейтинг – це:

А) будь-яка діяльність у сфері туризму;

Б) придбання і реалізація продукції з метою перепродажу та задоволення потреб туристів;

В) діяльність туроператорів з формування, просування і реалізації туристського продукту;

Г) діяльність оптового дилера туристичних послуг.

25. Туристичний ринок – це:

А) це сфера задоволення потреб населення у послугах, пов'язаних з відпочинком, змістовним проведенням дозвілля чи оздоровленням;

Б) сукупність організаційно-економічних відносин з приводу організації та купівлі-продажу туристичних послуг;

В) ринок, на якому представлені товари та послуги, необхідні туристові під час подорожі;

Г) всі відповіді вірні.

26. Яка функція менеджменту передбачає визначення цілей і шляхів їх досягнення?

А) контроль;

Б) планування;

В) мотивація;

Г) координація.

27. Що є об'єктом управління в туристичному підприємстві?

А) лише фінансові ресурси;

Б) лише персонал;

В) сукупність ресурсів, процесів і персоналу підприємства;

Г) лише туристичний продукт.

28. Яка організаційна структура характеризується чітким підпорядкуванням працівників одному керівнику?

А) матрична;

Б) лінійна;

В) дивізійна;

Г) проєктна.

29. Який міжнародний стандарт регламентує систему менеджменту якості?

А) ISO 14000;

Б) HACCP;

В) ISO 9000;

Г) SWOT.

30. Який фактор зовнішнього середовища туристичного підприємства найбільше вплинув на трансформацію міжнародного туризму у 2020–2021 рр.?

А) демографічний;

- Б) епідеміологічний;
- В) психографічний;
- Г) культурний.

31. Яка теорія мотивації базується на ієрархії потреб?

- А) теорія Мак-Грегора;
- Б) теорія Герцберга;
- В) теорія Маслоу;
- Г) теорія Врума.

32. До групових методів прийняття управлінських рішень належить:

- А) SWOT-аналіз;
- Б) експертне оцінювання;
- В) мозковий штурм;
- Г) бенчмаркінг.

33. Маркетинг у туризмі — це:

- А) лише рекламна діяльність;
- Б) процес управління персоналом;
- В) система управління діяльністю підприємства, орієнтована на потреби споживача;
- Г) контроль якості послуг.

34. Який елемент НЕ входить до класичного комплексу маркетингу «4Р»?

- А) Product;
- Б) Price;
- В) Promotion;
- Г) Personnel.

35. Маркетингове дослідження починається з:

- А) аналізу результатів;
- Б) формування вибірки;
- В) визначення проблеми та мети дослідження;
- Г) розроблення реклами.

36. Яка країна із її столицею є центром світового і ділового туризму:

- А) Португалія;
- Б) Бельгія;
- В) Швейцарія;
- Г) Німеччина.

37. WTO – це...

- А) Всесвітня торговельна організація;
- Б) Всесвітня транспортна організація;
- В) Всесвітня туристська організація;
- Г) Всесвітня транзитна організація.

38. За напрямом туристського потоку туризм поділяється на:

- А) міжнародний та внутрішній;
- Б) в'їзний та виїзний;
- В) стаціонарний та маршрутний;
- Г) короткочасні та довготривалі.

39. Яка країна є лідером у проведенні торговельних ярмарок у Азіатсько – Тихоокеанському регіоні?

- А) Японія;
- Б) Китай;
- В) Сінгапур;

Г) Південна Корея.

40. Лідером зимового туризму в Європі є:

- А) Фінляндія;
- Б) Австрія;
- В) Швейцарія;
- Г) Франція.

41. Столицю якої країни називають «Вічним містом»?

- А) Австрія;
- Б) Іспанія;
- В) Німеччина;
- Г) Італія.

42. Яку країну називають країною музеїв та архітектурних пам'яток?

- А) Бельгію;
- Б) Францію;
- В) Австрію;
- Г) Італію.

43. Всесвітня туристична організація була створена:

- А) у 1934 році;
- Б) у 1976 році;
- В) у 1980 році;
- Г) правильної відповіді немає.

44. Який туристичний регіон щорічно приймає найбільший потік туристів?

- А) Європейський;
- Б) Американський;
- В) Азіатсько-Тихоокеанський.
- Г) немає правильної відповіді.

45. Який основний принцип покладений в основу поділу світового туристичного простору на регіони?

- А) територіальний;
- Б) фізичний;
- В) економічний;
- Г) немає правильної відповіді

46. Які умови та фактори розвитку туризму в суспільстві належать до категорії демографічних?

- А) зростання населення земної кулі, продовження активного віку людини;
- Б) близькість країни до регіонів, що постачають туристів, віддаленість їх від "гарячих" точок планети;
- В) внутрішня політика країни та її політична стабільність;
- Г) усі відповіді вірні.

47. Країною активного туризму називають:

- А) країну, в якій в'їзний туризм переважає виїзний;
- Б) країну з позитивним туристичним балансом;
- В) країну, де подорожуючі віддають перевагу активному туризму;
- Г) всі відповіді вірні.

48. На які складові поділяється міжнародний ринок туризму?

- А) регіональні, національні та місцеві ринки;
- Б) конкурентні та монопольні ринки;
- В) місцеві та сегментовані ринки;

Г) внутрішній та зовнішній.

49. Що таке міжнародна туристична індустрія?

- А) сукупність виробництв, що забезпечують створення матеріальної бази туризму;
- Б) комплекс туристичних послуг;
- В) туристична інфраструктура;
- Г) усі відповіді вірні.

50. Основні порівняльні характеристики регіонів:

- А) наявність та стан туристичних ресурсів;
- Б) демографічна характеристика населення країн;
- В) кількість стран, які входять до регіону;
- Г) усі відповіді правильні.

Завідувач кафедри
міжнародних економічних
відносин

(підпис)

І.І. Коблянська

ПОГОДЖЕНО:

Директор
ННІ БіЕМ

(підпис)

О.В. Люльов

ДОДАТОК Б

СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Шифр _____

АРКУШ ВІДПОВІДІ
Комплексного екзамену з атестації за ступенем «бакалавр»
спеціальності 242 «Туризм і рекреація»

Варіант № _____

№ питання	А	Б	В	Г	№ питання	А	Б	В	Г	№ питання	А	Б	В	Г
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	12	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	14	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	15	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	17	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	18	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	20	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	21	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	23	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	24	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	26	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	27	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	29	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	30	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	32	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	33	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	35	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	36	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
37	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	38	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	39	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
40	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	41	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	42	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
43	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	44	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	45	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
46	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	47	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	48	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
49	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	50	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					

УВАГА!!! Завдання мають кілька варіантів відповідей, серед яких лише один правильний. Виберіть правильний, на Вашу думку, варіант та позначте його, як показано на зразку. **Кількість виправлень впливає на загальну оцінку роботи!**

А	Б	В	Г
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Кількість правильних відповідей – _____ ;

Кількість балів за них – _____ ;

Кількість виправлень – _____ ;

Знято балів за виправлення – _____ ;

Всього балів з врахуванням знятих – _____ ;

Оцінка – _____
(числом та прописом)

Голова комісії _____
(підпис) _____ (прізвище, ініціали)

Члени комісії _____
(підпис) _____ (прізвище, ініціали)

_____ (підпис) _____ (прізвище, ініціали)

Протокол № 12 від 11.05.2026 р.

Завідувач кафедри міжнародних економічних відносин

(підпис)

І.І. Коблянська

ПОГОДЖЕНО:

Директор ННІ БіЕМ

(підпис)

О.В. Люльов