

**Відокремлений структурний підрозділ  
«Харківський торговельно-економічний фаховий коледж  
Державного торговельно-економічного університету»**

**Циклова комісія харчових технологій, готельно-ресторанної справи та туризму**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

педагогічною радою ВСП «ХТЕФК ДТЕУ»  
26 лютого 2025 р. (протокол №7, п. 2)

**ВВЕДЕНО В ДІЮ:**

наказ ВСП «ХТЕФК ДТЕУ»

від 26.02.2025р № 38-0

В. о. директора



*Handwritten signature in blue ink.*

Капіталіна ГУРОВА

**ПРОГРАМА КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ІСПИТУ**

галузь знань	24 Сфера обслуговування (шифр і назва галузі знань)
спеціальність	242 Туризм і рекреація (код і найменування)
освітньо-професійна програма	Туристичне обслуговування (найменування освітньо-професійної програми)
освітня кваліфікація	Фаховий молодший бакалавр з туристичного обслуговування (кваліфікація відповідно до стандарту фахової передвищої освіти)
кваліфікація в дипломі	Освітньо-професійний ступень – Фаховий молодший бакалавр Спеціальність – Туризм і рекреація Освітньо-професійна програма «Туристичне обслуговування» (кваліфікація відповідно до освітньо-професійної програми)
рік набору	2023 (рік набору)

**Харків, 2025 рік**

Розробники:

Громик Оксана Миколаївна, викладач циклової комісії харчових технологій, готельно-ресторанної справи та туризму, спеціаліст вищої категорії, кандидат географічних наук, доцент

Руденко Світлана Олександрівна, викладач циклової комісії економіки, управління та адміністрування, спеціаліст вищої категорії, кандидат філософських наук

Гібкін Кирило Романович, викладач циклової комісії харчових технологій, готельно-ресторанної справи та туризму, спеціаліст II категорії

Тюріна Катерина Олександрівна, викладач циклової комісії харчових технологій, готельно-ресторанної справи та туризму, спеціаліст

Гарант освітньо-професійної програми: Тихонович Вікторія Миколаївна, викладач циклової комісії харчових технологій, готельно-ресторанної справи та туризму, спеціаліст вищої категорії, кандидат педагогічних наук, професор

Програму обговорено та схвалено на засіданні циклової харчових технологій, готельно-ресторанної справи та туризму, протокол від 20.02.2025 р. № 7.

Голова циклової комісії



Костянтин СЕДИХ

Програму розглянуто та затверджено на засіданні методичної комісії, протокол 21.02.2025 р. № 7.

Голова методичної комісії



Олена ЗОЛОТУХІНА

## 1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Відповідно до положень Закону України «Про фахову передвищу освіту» фахова передвища освіта передбачає набуття здобувачами освіти здатності до виконання типових спеціалізованих завдань у певній галузі професійної діяльності, пов'язаних з виконанням виробничих завдань підвищеної складності та/або здійсненням обмежених управлінських функцій, що характеризуються певною невизначеністю умов та потребують застосування положень і методів відповідної науки.

Мета атестації – оцінювання відповідності отриманих результатів навчання вимогам освітньо-професійної програми та стандарту фахової передвищої освіти.

Завдання атестації полягає у визначенні рівня сформованості у здобувача фахової передвищої освіти:

- спеціалізованих емпіричних та теоретичних знань у сфері професійної діяльності, усвідомлення меж цих знань;
- когнітивних та практичних умінь та навичок, необхідних для розв'язання складних задач у спеціалізованих сферах професійної діяльності;
- умінь та навичок знаходження творчих рішень або відповідей на чітко визначені конкретні та абстрактні проблеми на основі ідентифікації та застосування даних.

Форма атестації за освітньо-професійною програмою «Туристичне обслуговування» – кваліфікаційний іспит.

Програму кваліфікаційного іспиту розроблено відповідно до освітньо-професійної програми підготовки «Туристичне обслуговування» спеціальності 242 Туризм і рекреація галузі знань 24 Сфера обслуговування та стандарту фахової передвищої освіти за спеціальністю.

Організація і порядок проведення атестації здобувачів освіти регламентується такими нормативними актами:

- Законом України «Про освіту» від 05.09.2017 р. № 2145-VIII;
- Законом України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII;
- Положенням про атестацію здобувачів освіти та екзаменаційну комісію у ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж Державного торговельно-економічного університету», затвердженим рішенням педагогічної ради від 31.01.2022 р. (протокол № 5, п. 3);
- Положенням про організацію освітнього процесу у ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж Державного торговельно-економічного університету» (зі змінами і доповненнями), затвердженим рішенням педагогічної ради від 27.09.2023 р. (протокол № 2, п. 4);
- Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів освіти у ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж Державного

торговельно-економічного університету», затвердженим рішенням педагогічної ради від 28.08.2024 р. (протокол № 1, п. 15);

– Положенням про дистанційне навчання у ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж Державного торговельно-економічного університету», затвердженим рішенням педагогічної ради від 31.01.2022 р. (протокол № 5, п. 3).

## **2. ПРОГРАМА АТЕСТАЦІЇ**

Структура кваліфікаційного іспиту: 1) Ділова українська мова та публічний виступ; 2) Туристичне країнознавство та географія туризму; 3) Дизайн і технологія надання туристичних послуг; 4) Організація екскурсійної діяльності.

### **2.1. Ділова українська мова та публічний виступ**

#### **Тема 1. Законодавчий та нормативно-стильовий аспекти професійного спілкування**

Поняття національної та літературної мови. Найістотніші ознаки літературної мови. Мовні норми. Мова професійного спілкування як функціональний різновид української літературної мови. Професійна мовно-комунікативна компетенція. Мовне законодавство та мовна політика в Україні. Функціональні стилі української мови та сфера їх застосування. Основні ознаки функціональних стилів. Професійна сфера як інтеграція офіційно-ділового, наукового і розмовного стилів.

#### **Тема 2. Культура українського професійного мовлення**

Теоретико-методологічні засади культури професійної української мови. Культура ділової української мови (офіційно-діловий стиль). Культура публічної монологічної мови. Культура професійної діалогічної мови. Шляхи формування культури професійного спілкування.

#### **Тема 3. Індивідуальні та колективні форми фахового спілкування**

Ділова бесіда як різновид професійної діалогічної мови. Телефонна розмова як різновид професійної діалогічної мови. Історія дискусивно-полемічної мови. Суперечка як основа професійної дискусивно-полемічної мови. Прийоми суперечки. Етика професійного дискусивно-полемічного спілкування.

#### **Тема 4. Ділові папери як засіб писемної професійної комунікації**

Документ – основний вид ділового мовлення. Класифікація документів. Вимоги до ділових паперів. Зразки особистих облікових документів. Організаційні документи. Розпорядчі документи.

#### **Тема 5. Мистецтво публічного виступу як інструмент побудови кар'єри**

Публічний виступ як різновид усного спілкування. Історія ораторського мистецтва. Античність. Риторика середніх віків. Ораторське мистецтво епохи

Відродження. Ораторське мистецтво древньої Русі та Буржуазне ораторське мистецтво XVI–XX ст.

### **Тема 6. Види промов. Сучасний етикет публічного виступу**

Особливості складання та виголошення мітингових та агітаційних промов. Загальна характеристика та специфіка ділових та інформаційних промов. Вимоги та рекомендації щодо ювілейних та вітальних промов. Загальна характеристика етики та естетики публічного виступу. Рекомендації щодо механізмів дотримання етичного коду публічного виступу.

### **Тема 7. Оратор і аудиторія. Техніка публічних презентацій**

Роль та функції оратора у організації ефективного спілкування. Класифікація типів аудиторій. Важливість постановки проблеми у формулюванні теми. Техніки підготовки публічних презентацій. Ораторське мистецтво як необхідна складова успішної професійної діяльності.

### **Рекомендовані джерела інформації**

1. Клак О. С. Практикум з української мови за професійним спрямуванням : навчальний посібник. Львів : ЛДУВС, 2022. 152 с.
2. Голоюх Л. В. Українська мова за професійним спрямуванням : навчальний посібник. Луцьк : Волинський національний університет імені Лесі Українки. 2022. 192 с.
3. Гдакович М. С. Синтаксичні норми у діловому мовленні : навчально-методичний посібник. Львів : ЛДУВС, 2021. 52 с.

## **2.2. Туристичне країнознавство та географія туризму**

### **Тема 1. Краєзнавство як навчальна дисципліна та науковий напрям**

Визначення краєзнавства. Історія розвитку краєзнавства. Етапи розвитку краєзнавства як науки. Вплив історичних подій на формування краєзнавчих досліджень. Методи та підходи у краєзнавстві. Основні методи дослідження в краєзнавстві: історичний, культурологічний, географічний тощо. Застосування інтердисциплінарних підходів у краєзнавчих дослідженнях. Роль краєзнавства у сучасному суспільстві. Вплив краєзнавства на формування національної свідомості. Практичне застосування краєзнавчих знань у галузі туризму, освіти, культури тощо. Перспективи розвитку краєзнавства. Сучасні тенденції у розвитку краєзнавства як науки. Виклики та можливості для майбутнього розвитку краєзнавства.

### **Тема 2. Методологічні основи туристичного країнознавства**

Вступ до туристичного країнознавства. Поняття туристичного країнознавства. Роль туристичного країнознавства у розвитку туризму. Методологічні підходи до вивчення країни як туристичної дестинації. Культурно-антропологічний підхід. Географічний підхід. Соціологічний підхід. Основні методи дослідження країни як туристичної дестинації. Аналіз інформаційних джерел. Експертні оцінки. Анкетування та опитування туристів. Фактори, що впливають на обрання країни як туристичної дестинації. Культурні

та історичні фактори. Туристичний потенціал країни як основа туристичного країнознавства. Основні складові туристичного потенціалу. Методи оцінки туристичного потенціалу. Практичне застосування туристичного країнознавства. Маркетингові дослідження в туризмі. Розвиток туристичних маршрутів. Формування іміджу країни на міжнародному туристичному ринку.

### **Тема 3. Географія туризму як наукова дисципліна**

Вступ до географії туризму. Визначення географії туризму. Розвиток географії туризму як наукової дисципліни. Об'єкт та предмет дослідження географії туризму. Географічні аспекти туризму: місцевість, регіон, країна. Географічні особливості туристичних ресурсів. Методологічні підходи до вивчення географії туризму. Фізико-географічний підхід. Соціально-географічний підхід. Економіко-географічний підхід. Географічні чинники розвитку туризму. Природні умови та ресурси. Географічне положення. Історико-культурні особливості. Взаємодія туризму та географії. Вплив туризму на географічні об'єкти та середовище. Використання географічних знань у розвитку туризму. Географічне планування та управління туристичними ресурсами. Географія туризму в контексті сталого розвитку. Сталість та збалансованість розвитку туризму з урахуванням географічних чинників. Практичне застосування географії туризму.

### **Тема 4. Класифікація та географічна оцінка туристичних ресурсів**

Вступ до класифікації та географічної оцінки туристичних ресурсів. Поняття туристичних ресурсів. Значення класифікації та географічної оцінки для розвитку туризму. Класифікація туристичних ресурсів за географічними ознаками. Природні туристичні ресурси (географічні об'єкти, природні пам'ятки, природні парки). Культурні туристичні ресурси (історичні пам'ятки, музеї, архітектурні комплекси). Класифікація туристичних ресурсів за функціональною придатністю. Рекреаційні туристичні ресурси (пляжі, гірські курорти, оздоровчі бази). Екскурсійні туристичні ресурси (музеї, пам'ятки архітектури, історичні місця). Оцінка туристичних ресурсів за географічними характеристиками. Географічне положення та доступність. Природні умови та екологічний стан. Історично-культурний контекст. Методи географічної оцінки туристичних ресурсів. Аналіз картографічних матеріалів. Територіальний аналіз та моделювання. Статистичні методи оцінки популярності туристичних об'єктів. Використання результатів географічної оцінки для розвитку туризму.

### **Тема 5. Природні туристичні ресурси**

Поняття природних туристичних ресурсів. Визначення та характеристика природних туристичних ресурсів. Роль природних ресурсів у розвитку туризму. Класифікація природних туристичних ресурсів. Геологічні та гідрологічні об'єкти (гори, річки, озера). Природні парки та заповідники. Екологічно чисте середовище та екотуризм. Географічні особливості природних туристичних ресурсів. Розташування та природні умови ресурсів. Вплив географічного положення на туристичний потенціал. Розвиток та управління природними

туристичними ресурсами. Стратегії розвитку екотуризму. Організація та управління природними парками та заповідниками. Взаємодія з місцевими громадами та збереження природи. Стале використання природних туристичних ресурсів. Збереження біорізноманіття та екосистем. Використання природних ресурсів у збалансованому розвитку туризму. Приклади успішного використання природних туристичних ресурсів.

### **Тема 6. Культурно-історичні ресурси туризму**

Поняття культурно-історичних ресурсів туризму. Визначення та особливості культурно-історичних ресурсів. Роль культурно-історичних ресурсів у розвитку туризму. Класифікація культурно-історичних ресурсів. Історичні пам'ятки та архітектурні комплекси. Музеї та виставкові заклади. Населені пункти з унікальною культурною спадщиною. Географічні особливості культурно-історичних ресурсів. Розташування та історичний контекст ресурсів. Вплив географічного положення на туристичний потенціал. Збереження та використання культурно-історичних ресурсів. Охорона та реставрація історичних об'єктів. Організація та управління музеями та архітектурними комплексами. Роль громадськості у збереженні культурно-історичної спадщини. Популяризація культурно-історичних ресурсів у туризмі. Маркетингові стратегії для приваблення туристів. Розвиток тематичних туристичних маршрутів. Участь у культурних заходах та фестивалях. Приклади успішного використання культурно-історичних ресурсів. Світові культурні та історичні спадщини як туристичні атракції. Реставрація та відновлення культурних об'єктів для туристичних цілей.

### **Тема 7. Географія рекреаційних видів туризму**

Вступ до географії рекреаційних видів туризму. Визначення рекреаційного туризму. Роль географії у вивченні рекреаційних видів туризму. Класифікація рекреаційних видів туризму. пляжний туризм. Гірський туризм. Активний відпочинок (піший туризм, велотуризм, водні види спорту). Географічні особливості рекреаційних видів туризму. Розташування та природні умови для рекреаційних видів туризму. Кліматичні умови та сезонність туристичних напрямків. Інфраструктура та сервіс для рекреаційного туризму. Готелі та курортні комплекси. Розваги та спортивні заклади. Транспортна доступність. Маркетинг та популяризація рекреаційних видів туризму. Рекламні кампанії та просування туристичних напрямків. Розробка туристичних пакетів та пропозицій для рекреаційних туристів. Управління та розвиток рекреаційних туристичних напрямків. Стратегії розвитку туризму в регіонах з рекреаційним потенціалом. Збереження та екологічна безпека в рекреаційних зонах. Тенденції та перспективи рекреаційних видів туризму. Розвиток нових форм рекреаційного туризму. Вплив технологічних інновацій на рекреаційний туризм.

### **Рекомендовані джерела інформації**

1. Семенов В. Ф. Туристичне країнознавство : навчальний посібник. Київ : Гельветика, 2020. 392 с.
2. Уварова Г. Ш., Мелько Л. Ф. Туристичне країнознавство : навчальний посібник. Київ : ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», 2022. 410 с.
3. Торяник В. М., Сардак С. Е. Джинджоян В. В. Туризмологія : підручник / за загальною редакцією доктора юридичних наук, професора В. О. Негодченка Дніпро : ДГУ, 2022. 306 с.

## **2.3. Дизайн і технологія надання туристичних послуг**

### **Тема 1. Туристична послуга як складова сфери послуг**

Туризм і сфера послуг. Соціально-економічні фактори, що формують потреби людей у туристичних послугах. Сутність понять «туристичний продукт» та «туристична послуга». Структура та специфіка туристичного споживання.

Характерні риси туристичних послуг. Класифікація туристичних послуг. Особливості надання туристичних послуг. Взаємозв'язок туристичних послуг зі сферою послуг. Роль держави у регулюванні ринку туристичних послуг. Сучасні тенденції у сфері туристичних послуг.

### **Тема 2. Виробники і споживачі у сфері туристичного обслуговування**

Поняття виробників і споживачів у туристичній сфері. Основні виробники туристичних послуг. Послуги виробників у туристичній сфері. Основні споживачі туристичних послуг. Взаємодія виробників і споживачів у туристичному обслуговуванні. Фактори, що впливають на попит і пропозицію туристичних послуг. Сучасні тенденції у сфері туристичного обслуговування. Роль держави у регулюванні відносин між виробниками і споживачами.

### **Тема 3. Технологія надання послуг туристичними фірмами**

Поняття технології надання послуг туристичними фірмами. Етапи надання туристичних послуг. Основні типи туристичних послуг, що надаються фірмами. Інформаційні технології в процесі надання туристичних послуг. Професіоналізм персоналу та його роль у наданні послуг. Контроль якості та оцінка наданих послуг. Особливості надання послуг різним категоріям туристів. Тенденції розвитку технологій надання туристичних послуг.

### **Тема 4. Технологія надання послуг засобами розміщення туристів**

Поняття засобів розміщення. Класифікація засобів розміщення. Етапи технології надання послуг розміщення. Основні послуги, що надаються засобами розміщення. Технології обслуговування у готелях. Інноваційні технології у сфері розміщення. Якість обслуговування в засобах розміщення. Тенденції розвитку сфери розміщення.



### **Тема 5. Харчування в системі туристичного обслуговування**

Роль харчування в туристичному обслуговуванні. Типи підприємств харчування в туристичній індустрії. Системи харчування для туристів. Організація харчування для туристичних груп. Особливості надання послуг харчування в різних типах туризму. Інноваційні технології в організації харчування для туристів. Якість і безпека харчування в туристичній індустрії. Кулінарні тренди в туристичному харчуванні. Тенденції розвитку харчування в туристичній сфері.

### **Тема 6. Технологія транспортного обслуговування туристів**

Роль транспорту в туристичному обслуговуванні. Види транспортних засобів у туристичному обслуговуванні. Технологія організації транспортного обслуговування. Особливості обслуговування туристів різними видами транспорту. Послуги трансферу для туристів. Інноваційні технології в транспортному обслуговуванні туристів. Транспортні пакети для туристичних продуктів. Безпека і комфорт у транспортному обслуговуванні. Тенденції розвитку транспортного обслуговування в туризмі.

### **Тема 7. Організація розважальних послуг в туризмі**

Роль розважальних послуг у туризмі. Класифікація розважальних послуг у туризмі. Планування розважальних заходів для туристів. Інфраструктура для надання розважальних послуг. Технологія організації розважальних послуг. Інтерактивні та інноваційні форми розваг. Анімаційні послуги в туризмі. Організація екстремальних розваг. Економічні аспекти організації розваг. Тенденції розвитку розважальних послуг у туризмі.

### **Тема 8. Проблема якості надання туристичних послуг**

Поняття якості туристичних послуг. Фактори, що впливають на якість туристичних послуг. Міжнародні стандарти якості у сфері туризму. Методи оцінки якості туристичних послуг. Проблеми, пов'язані з якістю надання туристичних послуг. Стратегії покращення якості туристичних послуг. Роль державного регулювання у забезпеченні якості туристичних послуг. Задоволеність споживачів як ключовий показник якості туристичних послуг. Світові тенденції в управлінні якістю туристичних послуг.

### **Рекомендовані джерела інформації**

1. Богатирьова Г. А., Ніколайчук О. А., Романуха О. М., Снігур К. В. Організація туристичної діяльності: методика та практика : навчальний посібник. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2020. 159 с.

2. Джинджоян В. В., Тесленко Т. В., Горб К. М. Інноваційні технології в туризмі та гостинності : навчальний посібник. Київ : Каравела, 2022. 340 с.

## **2.4. Організація екскурсійної діяльності**

### **Тема 1 Теоретичні основи екскурсознавства**

Екскурсознавство як основа організації екскурсійної діяльності. Сутність і значення екскурсійної теорії. Взаємозв'язок з туризмомознавством, історією, культурологією, педагогікою, психологією. Роль екскурсій у популяризації культури, історії, освіти, розвитку туризму. Подорожі в Стародавньому світі (Єгипет, Греція, Рим). Паломництва, великі географічні відкриття. XIX–XX століття – виникнення професійних екскурсійних організацій. Історія екскурсійної справи в Україні.

### **Тема 2. Екскурсія: сутність, основні ознаки та функції**

Екскурсія: сутність, мета, специфіка. Основні визначення екскурсії. Екскурсія як вид діяльності та форма спілкування. Основні ознаки та функції екскурсії. Екскурсійна діяльність як комплексний процес, що включає планування, організацію, проведення екскурсій. Принципи екскурсійної діяльності: науковість (використання перевіреної, достовірної інформації), доступність (відповідність інформації віку, рівню підготовки екскурсантів), емоційність (залучення уваги слухачів через яскраві факти, образи), комплексність (поєднання різних видів інформації (історичної, культурної, природничої)), логічність (чітка структура, послідовність викладу матеріалу).

Екскурсійний процес. Особливі елементи екскурсійної діяльності. Екскурсійний продукт та його особливості. Екскурсант: особливості сприйняття інформації різними категоріями екскурсантів.

### **Тема 3. Класифікація екскурсій**

Класифікація екскурсій. За змістом: історичні, мистецькі, природничі, виробничі, літературні, архітектурні. За способом пересування: пішохідні, транспортні, комбіновані. За формою проведення: оглядові, тематичні, інтерактивні, віртуальні. За цільовою аудиторією: дитячі, молодіжні, для дорослих, спеціалізовані групи. Характеристика екскурсій за видами.

### **Тема 4. Методика підготовки екскурсії**

Структура екскурсії. Елементи екскурсії: вступна частина (знайомство з групою, мотивація); основна частина (виклад тематичної інформації); заключна частина (підсумки, обговорення, відповіді на питання). Маршрут екскурсії. Принципи формування, тривалість, зручність пересування. Аналіз прикладів екскурсійних програм. Обговорення можливих маршрутів у регіоні. Вибір теми екскурсії. Оцінка інтересів цільової аудиторії.

Визначення віку, професійної чи соціальної приналежності екскурсантів. Визначення мети: інформувати, розважати, навчити. Актуальність теми. Вивчення джерел інформації. Збір матеріалів (наукова література, архівні документи, краєзнавчі дослідження, Інтернет-ресурси та бази даних). Перевірка фактів із різних джерел. Виділення ключових фактів і цікавих

деталей. Розробка маршруту екскурсії. Вибір об'єктів показу. Планування маршруту. Логістика.

Підготовка тексту екскурсії. Структура тексту. Підбір мовних засобів. Робота з аудиторією. Проведення репетицій: відвідування маршруту, відпрацювання виступу, оцінка часу.

### **Тема 5. Методика проведення екскурсії**

Загальна характеристика методичних прийомів проведення. Розповідь: виклад фактів, історій, анекдотів, пов'язаних з об'єктами. Демонстрація об'єктів: акцентування уваги на деталях. Питання до екскурсантів: інтерактивна взаємодія, стимулювання інтересу. Ілюстративні матеріали: фотографії, відео, карти.

Методичні прийоми показу в екскурсії. Методичні прийоми розповіді в екскурсії. Організація проведення екскурсії. Зустріч групи. Проведення екскурсії.

Дотримання таймінгу. Залучення уваги слухачів через цікаві факти, історії, інтерактиви. Контроль за комфортом і безпекою групи.

Цифровізація в екскурсійній діяльності. Використання мобільних додатків, аудіогідів, віртуальних екскурсій. Інтерактивність (квести, театралізовані екскурсії, участь екскурсантів). Екологічність: популярність природничих екскурсій, екотуризм.

Післяекскурсійний аналіз. Оцінка зворотного зв'язку. Опитування учасників щодо їхнього враження. Аналіз коментарів і пропозицій. Виправлення недоліків.

Удосконалення тексту, маршруту або організації. Якість екскурсії. Основні критерії оцінки екскурсії.

### **Тема 6. Техніка ведення екскурсії**

Техніка ведення екскурсії як сукупність прийомів, методів і навичок, які забезпечують ефективне донесення інформації, залучення уваги екскурсантів і створення позитивного враження. Екскурсійна техніка: сутність, вимоги. Підготовка до екскурсії. Ознайомлення з маршрутом. Психологічна підготовка. Зовнішній вигляд. Початок екскурсії. Привітання та представлення. Установлення контакту з аудиторією. Прийоми ведення екскурсії. Інформаційна подача (послідовність, емоційність, адаптація, контроль обсягу інформації). Взаємодія з групою.

Демонстрація об'єктів. Увага до потреб екскурсантів. Фізичний та емоційний комфорт. Робота з голосом та мовленням. Голос. Темп мовлення. Мова.

Завершення екскурсії. Підбиття підсумків. Подяка групі. Типові помилки при проведенні екскурсій. Монотонна подача матеріалу. Перевантаження фактами або термінами. Недостатній контакт із групою (відсутність діалогу). Ігнорування реакцій і запитань екскурсантів. Поспіх або порушення структури екскурсії.

## **Тема 7. Професійна майстерність екскурсовода**

Професійна майстерність екскурсовода як комплекс знань, навичок, умінь, особистих якостей і досвіду, які забезпечують ефективно, захопливе та якісне проведення екскурсій. Основні компоненти професійної майстерності екскурсовода. Теоретична підготовка: знання предмета екскурсії, розуміння аудиторії, знання методики проведення екскурсій. Практичні навички: техніка мовлення, демонстрація об'єктів, організація екскурсійного маршруту, інтерактивність. Особистісні якості. Техніка роботи екскурсовода. Володіння мовленням. Управління увагою групи. Робота з маршрутом.

Психологічні аспекти роботи екскурсовода. Емпатія. Толерантність. Мотивація. Інноваційні підходи в роботі екскурсовода. Використання технологій.

Театралізація екскурсій. Екологічні екскурсії. Шляхи вдосконалення професійної майстерності. Самоосвіта. Тренінги та курси. Аналіз досвіду. Робота з наставником.

## **Тема 8. Диференційований підхід до екскурсійного обслуговування**

Сутність та принципи диференційованого підходу до екскурсійного обслуговування туристів. Принципи диференційованого підходу: індивідуалізація, гнучкість, доступність, варіативність.

Види диференціації в екскурсійному обслуговуванні. За віковими категоріями: діти, юнаки, дорослі, літні люди. За професійними чи соціальними групами: професіонали у певній галузі, студенти чи науковці, туристи. За культурними та національними особливостями. За рівнем підготовки аудиторії: новачки, досвідчені екскурсанти.

Методи реалізації диференційованого підходу. Попереднє вивчення аудиторії. Адаптація змісту екскурсії. Використання інтерактивних прийомів.

Регулювання темпу та тривалості. Переваги диференційованого підходу. Складності диференційованого підходу.

### **Рекомендовані джерела інформації**

1. Торяник В. М., Хрідочкін А. В., Джинджоян В. В. Екскурсологія : підручник / за заг. ред. В. О. Негодченка. Дніпро : ДГУ, 2022. 370 с.
2. Аксьонова Н. В. Організація екскурсійної діяльності : навчально-методичний посібник. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2022. 232 с.
3. Чернишова Т. М. Організація екскурсійної діяльності : навчальний посібник. Житомир : Поліський національний університет, 2022. 160 с.

### 3. ПРОГРАМА ПІДГОТОВКИ ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ІСПИТУ

№	Навчальна дисципліна	Зміст навчальної роботи, її види та норми часу			
		Консультації		Самостійна робота студента	
		зміст	Кількість годин	Зміст	Кількість годин / кредитів
1	Ділова українська мова та публічний виступ	Відповіді на запитання здобувачів	0,5	1. Опрацювання джерел інформації [1–3] 2. Тестування на Порталі	25
2	Туристичне країнознавство та географія туризму		0,5	1. Опрацювання джерел інформації [1–3] 2. Тестування на Порталі	25
3	Дизайн і технологія надання туристичних послуг		0,5	1. Опрацювання джерел інформації [1–4] 2. Тестування на Порталі	25
4	Організація екскурсійної діяльності		0,5	1. Опрацювання джерел інформації [1, 2] 2. Тестування на Порталі	25
		Всього	4		90/3

### 4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ІСПИТУ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Військовий стан в Україні унеможливив збереження усталеного порядку та форм атестації. Тому адміністрацією коледжу спільно з гарантами освітніх програм було прийнято рішення щодо проведення кваліфікаційного іспиту в онлайн-режимі.

Рівень фахової підготовки встановлюється опосередковано за допомогою різних за формою завдань і складається з:

- теоретичної частини (тестові завдання);
- практичної частини (розв'язання ситуаційних завдань).

Проведення кваліфікаційного іспиту складається з виконання двох блоків:

- 1) тестовий контроль;
- 2) письмова відповідь на ситуаційні завдання.

Виконання тестів та розв'язання виробничо-ситуаційних завдань проходить на Порталі навчальних ресурсів ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ» із дотримання вимог Порядку проведення атестації здобувачів освіти з використанням технологій дистанційного навчання.

На атестацію рандомно виноситься 40 тестів, час для відповіді – 40 хвилин. Банк тестів – 400 запитань (по 100 з кожної навчальної дисципліни, а саме: «Ділова українська мова та публічний виступ», «Дизайн і технологія надання туристичних послуг», «Організація екскурсійної діяльності», «Туристичне країнознавство та географія туризму»).

Всі тести мають закриту форму з однією правильною відповіддю.

На атестацію рандомно (випадково) виноситься 40 тестів з кожної вищезазначеної дисципліни.

Час для відповіді на теоретичну частину (тестові завдання) – 40 хвилин.

Банк виробничо-ситуаційних завдань складає 50 ситуацій (по 25 з дисципліни «Дизайн і технологія надання туристичних послуг» та «Організація екскурсійного обслуговування»).

На атестацію рандомно (випадково) виноситься:

– одне ситуаційне завдання з дисципліни «Дизайн і технологія надання туристичних послуг»;

– одне ситуаційне завдання з дисципліни «Організація екскурсійної діяльності».

Час для розв'язання ситуаційних завдань – 80 хвилин.

Результати кваліфікаційного іспиту оцінюються за 100-бальною шкалою. Розподіл балів за типами завдань наведено в таблиці 4.1.

Таблиця 4.1

## Розподіл балів

Тип завдання	Максимальна кількість балів
Тестові завдання	60
Ситуаційне завдання з дисципліни «Дизайн і технологія надання туристичних послуг»	20
Ситуаційне завдання з дисципліни «Організація екскурсійної діяльності»	20
Всього	100

Тестові завдання оцінюються таким чином: правильна відповідь – 1,5 бали, неправильна відповідь – 0 балів.

Оцінювання виробничо-ситуаційних завдань відбувається таким чином:  
**20 балів** здобувач освіти, який:

– відповідає на питання в повному обсязі, чітко та логічно, глибоко аналізуючи матеріал;

- правильно аргументує свої висновки;
  - виявляє уміння глибоко аналізувати ситуацію, узагальнювати матеріал, не допускаючи помилок;
  - вільно володіє науковою та спеціальною термінологією.
- 15 балів** здобувач освіти, який:
- відповідає на питання в повному обсязі, грамотно, по суті;
  - допускає незначні помилки у формулюванні термінів, висновків, які суттєво не впливають на зміст відповіді;
  - показує уміння аналізувати виробничу ситуацію.
- 10 балів** отримує здобувач освіти, який:
- на питання дає малообґрунтовані невичерпні відповіді, не завжди послідовно;
  - робить обмежені висновки;
  - припускається помилок в аналізі виробничої ситуації.
- 5 балів** отримує відповідь, у якій здобувач освіти:
- не розкриває основного змісту питань;
  - відповідає на питання частково, порушує послідовність у викладенні матеріалу;
  - не вміє виконувати аналіз виробничої ситуації;
  - допускає помилки у визначенні понять, термінів.
- 0 балів** отримує відповідь, у якій здобувач освіти:
- на питання дає необґрунтовані невичерпні відповіді,
  - не робить висновків;
  - припускається помилок в аналізі виробничої ситуації.
- Відповідність 100-бальної шкали оцінювання зі шкалою ECTS наведено в таблиці 4.2.

Таблиця 4.2

Шкала оцінювання: 100-бальна та ECTS

100-бальна шкала	Шкала ECTS
90–100	A
82–89	B
75–81	C
69–74	D
60–68	E
35–59	FX
1–34	F

## 5. БАНК ТЕСТОВИХ ЗАВДАНЬ

### 5.1. Ділова українська мова та публічний виступ

#### 5.1.1 Акцентуаційні мовні норми регулюють

- A. Наголошування слів (а'тлас – атла'с)
- B. Літературну вимову – правильну вимову звуків, звукосполучень (розрізнення [г] та [ґ]; оглушення [г] перед наступним глухим приголосним [к'іхт'і] та ін.)
- C. Написання слів та їх частин (позначення на письмі подовжених приголосних, уживання м'якого знака, правопис прізвищ тощо)

D. Слововживання (в українській мові слід уживати захід, а не міроприємство, довідка, а не справка)

#### 5.1.2 Зачинателем нової української літературної мови є

- A. І. Котляревський
- B. І. Франко
- C. Г. Сковорода
- D. Леся Українка

5.1.3 Літературна мова – вища форма вияву української національної мови, відшліфована форма загальнонародної мови, якій властива

- A. Малофункціональність
- B. Унормованість
- C. Відсутність уніфікованості
- D. Вузька система стилів

5.1.4 Мова – найважливіший засіб спілкування між людьми, який безпосередньо пов'язаний з

- A. Мисленням
- B. Фізичною формою
- C. Природою
- D. Настроєм

#### 5.1.5 Основоположником сучасної української літературної мови є

- A. О. Потебня
- B. Т. Шевченко
- C. М. Гоголь
- D. М. Коцюбинський

5.1.6 Українська мова як національна мова українського народу стверджується у таких століттях

- A. XVIII–XX
- B. X–XIII
- C. XIV–XVII
- D. V–IX



*5.1.7 Хто із вказаних нижче відомих українців вважав, що мова як така тісно пов'язана з мовленням, мисленням, культурою та розумінням людини*

- A. Т. Шевченко
- B. І. Франко
- C. О. Потебня
- D. Леся Українка

*5.1.8 Що із зазначеного нижче не відносять до духовної культури*

- A. Традиції та звичаї
- B. Вірування та побутову культуру
- C. Повсякденне спілкування, норми спілкування, мімічні та жестові коди, особливості комунікації
- D. Матеріальний достаток

*5.1.9 Які із зазначених норм мовознавці не відносять до мовних норм*

- A. Акцентуаційні
- B. Орфоепічні
- C. Графічні
- D. Соціокультурні

*5.1.10 Якщо порівняти поняття «загальнонаціональна мова» та «літературна мова», то можна дійти висновку, що*

- A. Поняття «загальнонаціональна мова» значно ширше за поняття «літературна мова»
- B. Ці два поняття є тотожними
- C. Поняття «загальнонаціональна мова» значно вужче за поняття «літературна мова»
- D. Поняття «літературна мова» значно ширше за поняття «загальнонаціональна мова»

*5.1.11 Акцентуаційні норми в українській мові є цілком сформованими, але найменш усталеними, оскільки є 3 чинники її розхитування. Визначте зайвий*

- A. Необґрунтоване перенесення діалектних наголосів у літературну мову
- B. Уплив сусідніх мов, зокрема російської
- C. Надуживання лексемами з ненормативним наголосом, зумовленим ритмомелодійними міркуваннями, у творах сучасних авторів
- D. Правильний наголос не вважається важливим

*5.1.12 В українській мові правопис слів (орфографія) зумовлений такими принципами (знайдіть зайвий)*

- A. Фонетичний
- B. Географічний
- C. Морфемний
- D. Історичний (традиційний)

*5.1.13 Виокремлюють орфограми, пов'язані з (знайдіть зайве)*

- A. Вибором літери на позначення фонем у слабкій позиції

- В. Наявністю чи відсутністю пунктуаційного знака
- С. Наявністю чи відсутністю літери
- Д. Вибором написання разом, окремо чи через дефіс

*5.1.14 Граматичні мовні норми регулюють*

А. Вживання граматичних форм слів, побудови словосполучень та речень (прийменник відповідно вживається з Р.В. іменника у сполученні з прийменником до: відповідно до наказу, відповідно до змін);

В. Вживання розділових знаків: так, у реченні «Народ говорить однією мовою – гнучкою, багатою, рясною і барвистою» уточнюючі члени речення (означення), що стоять у кінці речення, відокремлюються тире.

С. Відбір мовних засобів відповідно до ситуації спілкування (скажімо, у розмовному стилі не є нормативним уживання великої кількості термінів, характерних для наукового стилю: прибуток, надприбуток, рента, продуцент (виробник), девальвація)

Д. Написання слів та їх частин (позначення на письмі подовжених приголосних, уживання м'якого знака, правопис прізвищ тощо);

*5.1.15 Графічний знак, що служить для позначення на письмі звука, називається*

- А. Буквою або літерою, графемою
- В. Транскрипцією
- С. Словом
- Д. Реченням

*5.1.16 Знайдіть серед визначених найхарактерніших орфоепічних рис української мови одну, де зроблено помилку*

- А. Усі наголошені голосні звуки вимовляються чітко й виразно
- В. Відсутнє акання: голова, молоко, корова
- С. У вимові е та и в ненаголошених позиціях наближуються до своїх відповідників: стежити, вишневі

Д. М'яко вимовляються шиплячі: ріж, річ, малюєш

*5.1.17 Знайдіть слово, яке не входить до розмовної лексики*

- А. Делегувати
- В. Заліковка
- С. Підманути
- Д. Всячина

*5.1.18 Лексичний повтор допускається в текстах*

- А. Наукового та офіційно-ділового стилів
- В. Художнього стилю
- С. Публіцистичного стилю
- Д. Розмовного стилю

*5.1.19 Лексичні норми встановлюють*

- А. Правила слововживання
- В. Правила пунктуації

C. Правила розташування наголосу

D. Порядок слів

5.1.20 *Одне й те саме слово в різних наголошених позиціях означає й різні поняття. Такі слова називають*

A. Омографами

B. Омонімами

C. Синонімами

D. Антонімами

5.1.21 *Під ознаками мовного кліше розуміють (знайдіть зайве)*

A. Мовні одиниці, яким властивий постійний склад компонентів

B. Звичність звучання, відтворюваність готових мовних блоків

C. Ексклюзивність

D. Семантичне членування, характерне для вільних словосполучень

5.1.22 *Серед словосполучень, утворених суржиком, знайдіть одне нормативно правильне*

A. Відложити засідання

B. Добавочна вартість

C. Зазнавати втрат

D. Робити вигляд

5.1.23 *Система загальноприйнятих правил, що визначають способи передачі мови в писемній формі називається*

A. Орфоепією

B. Поезією

C. Орфографією

D. Прозою

5.1.24 *Система наголосу сучасної української літературної мови сформувалася переважно діалектній основі*

A. Західній

B. Південно-східній

C. Північній

D. Північно-східній

5.1.25 *Тавтологія – це*

A. Порівняння

B. Значеннєвий повтор

C. Порухення порядку слів

D. Відсутність коми

5.1.26 *Визначте принцип, на якому не ґрунтується сучасна українська пунктуація*

A. Граматичному (синтаксичному)

B. Психо-лінгвістичному

C. Смісловому (логічному)

D. Інтенаційному

5.1.27 *До видів документів не входить*

- A. Особистий поштовий лист
- B. Заява
- C. Діловий лист
- D. Інструкція

5.1.28 *До писемних жанрів законодавчого підстилю не належать*

- A. Закони
- B. Поеми
- C. Укази
- D. Статути

5.1.29 *До характеристик законодавчого підстилю не належить*

- A. Імперативний виклад
- B. Відсутня вказівка на особу автора
- C. У синтаксисі переважають складні й ускладнені речення
- D. Наявність гіпербол

5.1.30 *Знайдіть чинник, який не є притаманним специфіці офіційно-ділового стилю*

- A. Призначення
- B. Зміст стилю
- C. Мета і завдання
- D. Художність та емоційність

5.1.31 *Знайдіть норми, що не входять до граматичних*

- A. Морфологічні норми
- B. Синтаксичні норми
- C. Акцентуаційні норми
- D. Норми словотворення

5.1.32 *Знайдіть ознаку, яка не відповідає вимогам офіційно-ділового стилю*

- A. Чітко визначена структура тексту
- B. Власна думка автора
- C. Встановлений обсяг основних частин
- D. Наявність стандартних висловів

5.1.33 *Знайдіть ознаку, яка не відповідає стильовими ознаками офіційно-ділового стилю*

- A. Достовірність та точність
- B. Зрозумілість та стислість
- C. Вичерпність викладу змісту
- D. Художньо-емоційна забарвленість

5.1.34 *Знайдіть ознаку, яку виключає культура ділової української мови (офіційно-ділового стилю)*

- A. Стилістично нейтральний виклад
- B. Однозначний виклад

C. Наявність емоційно-експресивних мовних засобів

D. Активне вживання кліше

5.1.35 Знайдіть функцію, яку не виконує мова професійного спілкування

A. Номінативна

B. Пізнавальна

C. Аксіологічна

D. Виконавча

5.1.36 Знайдіть характеристику, яка не є притаманною офіційно-діловому стилю

A. Обмежена синонімія

B. Наявні складноскорочені слова, аббревіатури

C. Велика кількість метафор

D. Часте вживання віддієслівних іменників

5.1.37 Чи є тотожними поняття «наукове спілкування» та «професійне спілкування»

A. Так

B. Це синоніми

C. Ні

D. Це тавтологія

5.1.38 Яка із вказаних помилок не є типовою для текстів офіційно-ділового стилю

A. Неузгодженість означень

B. Нераціональне використання кількісних числівників

C. Порушення специфіки вживання дієприслівникового звороту та дієприкметників

D. Використання суржику

5.1.39 Який з підстилів не належить до офіційно-ділового стилю

A. Законодавчий

B. Дипломатичний

C. Художньо-поетичний

D. Адміністративний

5.1.40 Який іменник не є типовим (не належить до суспільно-політичної або адміністративно-канцелярської термінології) для офіційно-ділового стилю

A. Відрядження

B. Протокол

C. Закоханість

D. Наказ

5.1.50 Визначте зайве серед перелічених невербальних засобів спілкування

A. Міміка

B. Жести

C. Голос

D. Манери поведінки

5.1.51 *Дипломатичний підстиль не використовують при складанні*

A. Конвенцій та пактів

B. Протоколів про наміри

C. Романтичних віршів

D. Декларацій, нот, меморандумів

5.1.52 *Діалогічна мова є основою такої форми ділового спілкування як*

A. Бесіда

B. Доповідь

C. Звіт

D. Презентація

5.1.53 *Ділова бесіда не може бути успішною для обох сторін за умови, що*

A. Співрозмовники не розуміють мету спілкування, не готуються до зустрічі

B. Співрозмовники знають структуру і правила проведення бесіди

C. Співрозмовники володіють психологічними та мовними прийомами спілкування

D. Співрозмовники вміло використовують професійну мову і мовні етикетні формули

5.1.54 *До обов'язкових структурних компонентів службової телефонної розмови не належить*

A. Встановлення контакту

B. Розповідь особистих новин

C. Виклад справи;

D. Закінчення розмови, прощання

5.1.55 *Етика етапу прощання у діловій бесіді не передбачає використання такої фрази*

A. «Отже, ми вирішили (дійшли висновку), що...»

B. «Висновок полягає в тому, що...»

C. «Сподіваюся, що ми більше ніколи не побачимося...»

D. «Результатом нашої розмови є...»

5.1.56 *Завдання оратора*

A. Збалансувати книжність і розмовність у своєму виступі, зробити його природним

B. Продемонструвати свою значущість

C. Розважити слухачів

D. Потоваришувати із аудиторією

5.1.57 *Знайдіть хибне твердження стосовно ораторської мови*

A. За тематикою вона є суспільно важливою і проблемною

B. За формою реалізації — писемно-усною

- C. За відношенням до форми — книжно-розмовною
- D. За характером реалізації — абсолютною імпровізацією

*5.1.58 Метою ораторської мови є*

- A. Вплив на колективного слухача з метою переконання
- B. Справити враження на друзів
- C. Познайомитися з аудиторією
- D. Розповісти новини

*5.1.59 Ораторська мова вибудовується у формі*

- A. Монологу
- B. Співбесіди
- C. Діалогу
- D. Інтерв'ю

*5.1.60 Ораторська мова функціонує як*

- A. Форма живого спілкування промовця з колективним слухачем
- B. Листування
- C. Обмін повідомленнями
- D. Рівноцінний діалог

*5.1.61 Публічною вважається промова, яка адресована*

- A. Певному індивідууму
- B. Діловому партнерові
- C. Широкому загалу
- D. Сусідові або родичу

*5.1.62 Скільки етапів має ділова бесіда*

- A. П'ять
- B. Десять
- C. П'ятнадцять
- D. Двадцять

*5.1.63 Структура такого етапу ділової бесіди як спростування не передбачає*

- A. Локалізацію зауважень
- B. Аналіз зауважень
- C. Вибір техніки і методу спростування та підведення підсумків спростування
- D. Встановлення контакту

*5.1.64 Який відсоток інформації несуть тон, тембр, сила голосу, інтонація при діловій телефонній розмові*

- A. До 40% інформації
- B. До 90% інформації
- C. До 5% інформації
- D. До 10% інформації

*5.1.65 У дискусії опоненти не шукають*

- A. Істину

- В. Компромiс, консенсус
- С. Угоду, злагоду
- Д. Утвердження власного погляду, перемогу своєї позиції

*5.1.66 Виникнення риторики припадає на*

- А. Античні часи
- В. Сучасність
- С. Добу просвітництва
- Д. Епоху Відродження

*5.1.67 До загальних функцій документа не належить*

- А. Інформаційна
- В. Соціальна
- С. Управлінська
- Д. Комунікативна

*5.1.68 До помилок аргументаційної діяльності не належить*

- А. Помилки в тезі
- В. Помилки в аргументах;
- С. Помилки в демонстрації (формі і способі доведення)
- Д. Відступ від тези

*5.1.69 До різновидів доповідей не відносять*

- А. Політичні
- В. Звітні та ділові
- С. Ювілейні та вітальні
- Д. Наукові доповіді

*5.1.70 До різновидів суперечки не відносять*

- А. Дискусію
- В. Полеміку
- С. Публічний виступ
- Д. Диспут або дебати

*5.1.71 До розпорядчих документів не відносять*

- А. Розпорядження
- В. Наказ
- С. Постанову
- Д. Автобіографію

*5.1.72 До специфічних функцій документів не належить*

- А. Управлінська
- В. Історична
- С. Правова
- Д. Культурна

*5.1.73 До характерних ознак суперечки не належить*

- А. Наявність тези, яку висуває пропонент і антитези, якою відповідає опонент
- В. Монологічна мова



- C. Аргументованість тези і антитези
  - D. Критика позиції протилежної сторони
- 5.1.74 *Документи, як правило, класифікують за такою кількістю ознак*
- A. 3
  - B. 15
  - C. 45
  - D. 50
- 5.1.75 *Кількість вимог, які встановлено до ділових паперів, дорівнює*
- A. 9
  - B. 99
  - C. 19
  - D. 29
- 5.1.76 *Найвищою формою суперечки є*
- A. Суперечка для встановлення істини
  - B. Суперечка заради переконання опонента
  - C. Суперечка задля перемоги
  - D. Суперечку заради суперечки
- 5.1.77 *Найдовший за часом етап будь-якої ділової телефонної розмови*
- A. Встановлення контакту
  - B. Обговорення певної ділової ситуації
  - C. Привітання
  - D. Прощання
- 5.1.78 *Розмірковування з доказами від протилежного є провідним принципом*
- A. Ведення дискусії
  - B. Ведення ділової бесіди
  - C. Ведення ділової телефонної розмови
  - D. Укладання договору
- 5.1.79 *Спростування здійснюється трьома способами (знайдіть зайве)*
- A. Критикою запропонованого рішення
  - B. Критикою аргументів
  - C. Доведенням непереконаливості демонстрації
  - D. Встановленням правильності або обґрунтованості основоположного твердження (тези)
- 5.1.80 *Ще при житті батьком латинського красномовства і літератури було названо*
- A. Платона
  - B. Сократа
  - C. Цицерона
  - D. Аристотеля

5.1.81 До структурних завдань переконувального агітаційного виступу (за Монро) не входить

- A. Привернути увагу та визначити потребу (проблему)
- B. Задовольнити потребу (рішення)
- C. Візуалізувати результати та закликати до дії
- D. Розважити публіку

5.1.82 До етапів публічного виступу не відносять

- A. Докомунікативний
- B. Передкомунікативний
- C. Інтеркомунікативний
- D. Комунікативний та посткомунікативний

5.1.83 До основних вимог інформаційної промови не відносять

- A. Зробити передачу інформації як можна більш повною
- B. Зробити промову зрозумілою
- C. Зробити її цікавою для слухачів
- D. Привести приклади з власного життя

5.1.84 До типів публічних промов не відносять

- A. Мітингову та агітаційну промову
- B. Ділову та інформаційну промову
- C. Репліки у дискусіях та полеміках
- D. Ювілейну та вітальну промову

5.1.85 Кількість правил щодо інформаційної промови дорівнює

- A. 3
- B. 33
- C. 10
- D. 50

5.1.86 Метод послідовності мотивування винайшов Алан Монро в США

- A. У середині 30-х років минулого століття
- B. У наші дні
- C. У середньовіччі
- D. В епоху Відродження

5.1.87 Найвидатнішим римським оратором був

- A. Тома Аквінський
- B. Платон
- C. Цицерон
- D. Георг Гегель

5.1.88 Однією з головних ознак літературної мови є

- A. Малофункціональність
- B. Унормованість
- C. Відсутність уніфікованості
- D. Вузька система стилів

5.1.89 Першими викладачами красномовства були

- A. Софісти
- B. Платоники
- C. Гегельянці
- D. Піфагорійці

5.1.90 Промовам церемоніального характеру не характерна насиченість

- A. Урочистою образною лексикою
- B. Фразеологією та вдалими афоризмами
- C. Яскравими тропами (епітетами, метафорами, порівняннями), стилістичними фігурами
- D. Сухими кліше, емоційними виразами

5.1.91 Проти навчання про відносність істини – наріжного каменю риторичних поглядів софістів – уперше виступили

- A. Кант та Гегель
- B. Сократ і Платон
- C. Анаксимен та Анаксимандр
- D. Демокріт та Демосфен

5.1.92 Ритор – це

- A. Учителя красномовства
- B. Учитель математики
- C. Учитель танців
- D. Учитель законів природи

5.1.93 Слово «оратор» походить від латинського

- A. Говорити
- B. Слухати
- C. Діяти
- D. Демонструвати

5.1.94 Сучасний діловий етикет поділяється на таку кількість видів

- A. 11
- B. 21
- C. 33
- D. 3

5.1.95 Увагу аудиторії підтримують за допомогою таких ораторських прийомів

- A. Прийом запитання – відповіді
- B. Усіх вказаних прийомів
- C. Перехід від монологу до діалогу (полеміки)
- D. Прийом створення проблемної ситуації та прийом новизни інформації

5.1.96 Арістотель не виокремлює такий фактор щодо здатності аудиторії «заразитися пафосом мови оратора»

- A. Вік (молоді – старі)
- B. Статок (багаті – бідні)
- C. Емоційний стан (щасливі - нещасливі)
- D. Гендерна приналежність

5.1.97 Будь-який виступ складається Кількість основних частин виступу дорівнює

- A. 3
- B. 13
- C. 10
- D. 33

5.1.98 Графічний знак, що служить для позначення на письмі звука, називається

- A. Звуком
- B. Буквою або літерою, графемою
- C. Транскрипцією
- D. Словом

5.1.99 До головних показників взаєморозуміння між комунікантами не відносять

- A. Позитивну реакцію на слова оратора
- B. Зовнішнє вираження уваги у слухачів (їхня поза, зосереджений погляд, вигуки схвалення, усмішки, сміх, оплески)
- C. «робочу» тишу в залі
- D. Бурхливу сварку, сутичку у залі

5.1.100 До елементів основної частини повідомлення не відносять

- A. Центральну ідею
- B. Основні думки
- C. Підтверджуючі матеріали
- D. Обов'язковий жарт

5.1.101 До основних режимів публічних виступів відноситься

- A. Імпровізація та мова «без папірця»
- B. Мова, вивчена напам'ять
- C. Усі перелічені режими
- D. Мова по рукопису

5.1.102 До основних частин публічного виступу не відносять

- A. Введення
- B. Власне висловлення
- C. Основну частину
- D. Висновок

5.1.103 До розпорядчих документів не відносять:

- A. Розпорядження

- B. Наказ
- C. Постанову
- D. Протокол

*5.1.104 До способів підкріплення основних думок не відносять*

- A. Цитати
- B. Приклади та аналогії
- C. Гіперболізацію
- D. Статистику

*5.1.105 Знайдіть ознаку, яка не відповідає вимогам офіційно-ділового стилю*

- A. Чітко визначена структура тексту
- B. Художньо-емоційна забарвленість
- C. Встановлений обсяг основних частин
- D. Наявність стандартних висловів

*5.1.106 Знайдіть ознаку, яка не відповідає стильовими ознаками офіційно-ділового стилю*

- A. Художньо-емоційна забарвленість
- B. Зрозумілість та стислість
- C. Вичерпність викладу змісту
- D. Достовірність та точність

*5.1.107 Знайдіть слово, яке не входить до розмовної лексики*

- A. Імплементувати
- B. Заліковка
- C. Підманути
- D. Всячина

*5.1.108 Перед початком промови витримують невелику психологічну паузу, яка триває*

- A. 5–7 секунд
- B. Пару хвилин
- C. До моменту, коли настане тиша
- D. 5 хвилин

*5.1.109 Серед словосполучень, утворених суржиком, знайдіть одне нормативно правильне*

- A. Відложити засідання
- B. Добавочна вартість
- C. Зазнавати втрат
- D. Брати участь

## 5.2. Туристичне країнознавство та географія туризму

### 5.2.1 Туризм – це

А. Тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних або професійно-ділових цілях без зайняття оплачуваною діяльністю

В. Відновлення фізичних і духовних сил, затрачених людиною в процесі трудової діяльності або під час виконання інших обов'язків

С. Виїзд з місця постійного проживання на іншу з цілями фізичної праці

Д. Наука, що вивчає природні (географічні) особливості території

### 5.2.2 Культурна функція туризму передбачає:

А. Оздоровлення в оздоровницях, тобто санаторіях, пансіонатах із лікуванням та інших оздоровчих закладах

В. Захист туристичних ресурсів та довкілля

С. Ознайомлення з культурою, побутом, традиціями, способом життя та інших народів світу

Д. Відвідання спортивних закладів, нічних клубів, ознайомлення з азартними іграми

### 5.2.3 З економічного погляду, туризм – це

А. Вид споживання, за яким надання духовних і матеріальних благ увигляді послуг і товарів виокремлює його в своєрідну сферу обслуговування

В. Сукупність підприємств сфери послуг і низки виробничих служб на спеціалізованих територіях

С. Сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності

Д. Вид рекреаційної діяльності, де гроші виступають як засіб отримання відпочинку

### 5.2.4. Види туристичних послуг

А. Обов'язкові, необов'язкові та специфічні

В. Обов'язкові, специфічні й додаткові

С. Обов'язкові, специфічні й віртуальні

Д. Перспективні, специфічні й додаткові

### 5.2.5 Туристичний продукт розшифровують як

А. «Додаткова послуга»

В. «Пакет благ»

С. «Особливість туризму»

Д. «Пакет документів, що передбачають проведення якісного туризму»

### 5.2.6 Важливою умовою створення туристичного продукту постає

А. Наявність транспорту, екскурсорода

В. Наявність території

С. Економічна діяльність

Д. Наявність туристичних ресурсів

### 5.2.7 Основна функція туризму

- A. Отримання досвіду, нових вражень від побаченого
- B. Відтворювальна, спрямована на відновлення духовних і фізичних сил людини, затрачених у процесі праці та здійсненні найрізноманітніших обов'язків
- C. Соціальна, сприяння підвищенню зайнятості населення
- D. Екологічна, збереження природних ресурсів та їх раціонального використання

### 5.2.8 Об'єктом дослідження географії туризму є

- A. Суспільство
- B. Культура населення
- C. Природний географічний простір
- D. Інфраструктура

### 5.2.9 Предметом вивчення географії туризму є

- A. Особливості територіальних поєднань, спрямовані на формування туристичного продукту задля задоволення туристичних потреб
- B. Система розвитку туристичної індустрії
- C. Соціально-економічні, культурні, комунікативні функції в туризмі
- D. Географічна оболонка Землі

### 5.2.10 Від французького *tourisme (tour)* слово «туризм» – це

- A. Оздоровча діяльність
- B. Обхід, об'їзд, прогулянка, поїздка, подорож
- C. Рух, активний та пасивний відпочинок
- D. Пізнання території

### 5.2.11 Перший генеральний секретар ВТО

- A. А. Льюїс
- B. Робер С. Льонаті
- C. Й. Міссек
- D. Т. Кук

### 5.2.12 Всесвітня Туристична Організація була утворена

- A. У Мадриді
- B. В Україні
- C. У Римі
- D. У Франції

### 5.2.13 Документ, який дає право людині на перетин тих чи інших кордонів

- A. Страховий поліс
- B. Громадянський паспорт
- C. Віза
- D. Ваучер

### 5.2.14 Теорію розвитку туризму розробив

- A. Ю. Тьомний

В. У. Ростоу

С. В. Преображенський

Д. М. Рутинський

*5.2.15 Автор моделі сприйняття туристичного простору є*

А. А. Льюїс

В. М. Рутинський

С. Й. Міссек

Д. В. Кличко

*5.2.16 Модель рекреаційної системи розробив*

А. В. Преображенський

В. М. Рутинський

С. А. Льюїс

Д. В. Штайнмайєр

*5.2.17 Картографічний метод – це*

А. Метод використання карти для визначення певної території

В. Систематизація й узагальнення результатів географічних досліджень у формі картографічних моделей, карт, картосхем

С. Метод обчислювання та математичного моделювання на карті

Д. Оцінка сучасного стану рівня використання рекреаційно-туристичних ресурсів, рівня туристичного освоєння та рекреаційного навантаження на територію

*5.2.18 Інформатизація в туризмі – це*

А. Пов'язана з упровадженням комп'ютерних систем, що докорінно змінило процес розвитку туристичних компаній

В. Сукупність суспільно-організаційних, соціально-економічних і науково-технічних процесів, спрямованих на створення умов для задоволення інформаційних потреб, які в туризмі зводяться до пізнавальної потреби у туристичних послугах

С. Використання централізованих систем обробки і зберігання даних, систем планування та контролю

Д. Головні технологічні системи, де реалізують виконання замовлень клієнтів, через доступ до головної комп'ютерної системи резервування

*5.2.19 Метод SWOT-аналізу використовують для*

А. Визначення можливостей розвитку туризму на певній території

В. Запобігання економічній кризі

С. Використання як прогнозу щодо туризму на певній території

Д. Відображення якісної економічної політики конкретної місцевості

*5.2.20 Реєстраційно-науковий документ, що включає три блоки інформації – це*

А. Кадастр туристичного об'єкту

В. Сертифікат туристичного об'єкту

С. Паспорт туристичного об'єкту



D. Реєстр туристичного об'єкту

*5.2.21 Дослідження з географії туризму розподіляються на*

A. Теоретичні й прикладні

B. Прикладні і технічні

C. Практичні і стихійні

D. Прикладні й експериментальні

*5.2.22 Теорія циклів еволюції туристичного простору не включає*

A. Етап розвідування

B. Етап еволюції

C. Етап консолідації

D. Етап виходу

*5.2.23 Хто ввів модель сприйняття туристичного простору*

A. А. Льюїс

B. Р. Батлер

C. Й. Міссек

D. У. Ростоу

*5.2.24 Хто ввів теорію розвитку географії туризму*

A. Р. Батлер

B. А. Льюїс

C. У. Ростоу

D. В. Крісталлер

*5.2.25 Хто ввів теорії двох туристичних секторів*

A. У. Ростоу

B. В. Крісталлер

C. Е. Коген

D. Р. Пребіш

*5.2.26 Хто ввів моделі залежного розвитку*

A. Р. Батлер

B. Р. Пребіш

C. Й. Міссек

D. Т. Кук

*5.2.27 Природні туристичні ресурси поділяються на*

A. Природно-географічні та штучні

B. Природно-географічні та природно-антропогенні

C. Природно-антропогенні та геологічні

D. Природно-географічні та ландшафтні

*5.2.28 Східні Піренеї, розташовані в регіоні*

A. Мадриду

B. Кантабрії

C. Ріохії

D. Каталонії

*5.2.29 Гірська порода органічного походження, яка являє собою*

*комплексну сполуку вуглеводів, асфальтенів і смол (ще називають земляний або гірський віск) має назву*

- A. Бальнеола
- B. Гацінт
- C. Янтар
- D. Озокерит

*5.2.30 Вища форма охорони природних територій, природна лабораторія, де ведуться комплексні наукові дослідження називається*

- A. Заповідник
- B. Ландшафтний парк
- C. Музей-скансен
- D. Обсерваторія

*5.2.31 Як називаються пляжі, які складаються з піску вулканічного походження (вивержена із жерла вулкана, цілі епохи назад, застигла лава, завдяки морським хвилям, що перетворилася в мільйони піщинок)*

- A. Чорні пляжі
- B. Вулканічні пляжі
- C. Чорно-бурі пляжі
- D. Мертві пляжі

*5.2.32 Привабливість природних туристичних ресурсів певної території підвищується за наявності*

- A. Водних ресурсів
- B. Екзотичних форм ландшафту
- C. Теплого клімату
- D. Історичних пам'яток

*5.2.33 До актуальних заходів, спрямованих на охорону природного довкілля та підвищення привабливості туристичних територій, належить створення мережі*

- A. Розважальних центрів
- B. Бальнеологічних курортів
- C. Заповідників та національних парків
- D. Екологічних стежин

*5.2.34 Прикладом екологічно безпечного використання території та підвищення її привабливості є розвиток*

- A. Інфраструктури
- B. Місцевого самоврядування
- C. Сільського зеленого туризму
- D. Альтернативних видів палива

5.2.35 \_\_\_\_\_ об'єкти значно підвищують естетичну цінність природних комплексів

- A. Ландшафтні
- B. Історико-культурні
- C. Гірські
- D. Водні

5.2.36 Де знаходиться національний парк Йеллоустоун

- A. США
- B. Канада
- C. Великобританія
- D. ПАР

5.2.37 Національний парк Галапагос знаходиться в

- A. Іспанії
- B. Еквадорі
- C. Бразилії
- D. Мексиці

5.2.38 Історико-культурні туристичні ресурси – це

A. Сукупність пам'яток матеріальної та духовної культури, які створені в процесі історичного розвитку суспільства на певній території, мають пізнавальну цінність і можуть бути використані для туристичної діяльності

B. Пам'ятки професійних і народних художніх промислів, а також музеї, які експонують пам'ятки образотворчого, декоративно-ужиткового та інших видів мистецтва

C. Архітектурні ансамблі, пам'ятники оборонного будівництва, сакральні споруди, народної архітектури, громадські споруди, палацо-паркові ансамблі й сучасні пам'ятки архітектури

D. Ареали первісного заселення, стоянки і поселення, кургани

5.2.39 До Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО ввійшли

- A. Кам'яні могили
- B. Києво-Печерська лавра
- C. Історичний центр Полтави
- D. Гетьманська столиця (м. Батурин)

5.2.40 В Європі завдяки наявності історико-культурних туристичних ресурсів найбільші доходи від їх відвідування отримують

- A. Франція та Іспанія
- B. Греція та Україна
- C. Мальта та Монако
- D. Італія та Швеція

5.2.41 У державному реєстрі України налічується \_\_\_\_\_ тис. визначних пам'яток

- A. 130

- B. 70
- C. Близько 300
- D. 540

*5.2.42 Привабливість історико-культурних туристичних ресурсів визначають рівнем*

- A. Розвитку інфраструктури
- B. Освоєності природних ресурсів
- C. Художньої й історико-культурної цінності
- D. Рекреації, яку можна здійснювати на цій території

*5.2.43 В якій країні розташовано найбільше в світі кількість пам'яток ЮНЕСКО*

- A. Франція
- B. Іспанія
- C. Італія
- D. Греція

*5.2.44 Храм Пантеон, Колізей, Форум, лазні Каракалла, Тріумфальна арка, собор Св. Павла, Капітолійський музей, Національний музей, галерея Боргезе знаходяться в*

- A. Парижі
- B. Римі
- C. Мілані
- D. Афінах

*5.2.45 Яка країна посідає найнижче місце за кількістю об'єктів Всесвітньої культурної спадщини та культурного туризму*

- A. Росія
- B. Італія
- C. США
- D. Франція

*5.2.46 Яка країна посідає перше місце за кількістю об'єктів Всесвітньої культурної спадщини та культурного туризму*

- A. Іспанія
- B. Франці
- C. Італія
- D. Україна

*5.2.47 Який найбільш відвідуваний туристичний об'єкт у Франції*

- A. Ейфелева вежа
- B. Версальський палац
- C. Замок Шамбор
- D. Собор Паризької Богоматері

*5.2.48 У рейтинг найпопулярніших туристичних напрямків з відвідуванням архітектурних споруд входять такі країни*

- A. Італія, Іспанія, Франція

- В. Китай, Єгипет, Франція
- С. Греція, Єгипет, Італія
- Д. Греція, Єгипет, Іспанія

*5.2.49 Пам'ятки людської цивілізації і соціально-економічної культури; стародавні міста, руїни стародавніх міст; пам'ятки оборонної архітектури (фортеці, оборонні стіни і вали, місця битв) це*

- А. Культурно-етнографічний туризм
- В. Історико-археологічний туризм
- С. Релігійно-пізнавальний туризм
- Д. Військово-історичний туризм

*5.2.50 Історико-культурні туристичні ресурси*

А. Це сукупність створених у процесі історичного розвитку даної території пам'ятників культури, які є об'єктами туристського інтересу

В. Об'єкти природного та історико-культурного середовища, які можуть бути використані для організації рекреаційної діяльності

С. Це територіальна організація тієї частини туристичної сфери, яка дасть змогу тим, хто відпочиває, здійснювати спостереження за навколишнім середовищем, а це, в свою чергу, допоможе здобувати знання безпосередньо у спілкуванні з довкіллям

Д. Це поїздки з метою відвідування родичів, знайомих, родинних місць

*5.2.51 Які країни лідирують у туристичній сфері завдяки вмілій експлуатації історико-культурного потенціалу*

- А. США, Канада
- В. Італія, Франція
- С. Китай, Японія
- Д. Україна, Мальта

*5.2.52 Історико-культурний потенціал країни одна із головних чинників туризму, оскільки він (оберіть не правильне визначення)*

А. Має велике значення у сфері, вирівнюючи сезонні вагання і рівномірно розподіляючи туристські потоки територією

В. Дає можливість обмінятися досвідом роботи з працівниками інших країн

С. Є важливим засобом залучення туристів, оскільки ознайомлення з історико-культурним спадщиною – це сильніший спонукальний туристичний мотив

Д. Об'єкти культурного історичної спадщини є важливим активом сучасних міст, котрі можуть приносити прибуток істотно впливає з їхньої економічного розвитку

*5.2.53 Культурні ресурси – це*

А. Інтерес археологією країни, відвідання пам'яток старовини, місць розкопок

В. Інтерес творів образотворчого та інших видів мистецтва, до

фольклору, народного промислу, відвідування фестивалів

C. Інтерес до своєї історії країни, відвідання історичних пам'ятників й пам'яток, тематичних лекцій з історії

D. Інтерес до культури народу, об'єктів, предметів і явищ етнічної культури, побуту, мови, костюмів, етнічної творчості

*5.2.54 Візитна картка міста – величезна статуя Христа Спасителя (про яке місто йдеться мова)*

A. Сан-Паулу

B. Бразилія

C. Париж

D. Ріо-де-Жанейро

*5.2.55 Які об'єкти охоплює історико-археологічний туризм*

A. Дендрологічні парки

B. Меморіальні печери

C. Пам'ятки оборонної архітектури (фортеці, оборонні стіни і вали, місця битв)

D. Колекції етнографічних музеїв

*5.2.56 Які об'єкти охоплює військово-історичний туризм*

A. Стародавні міста, руїни стародавніх міст

B. Музеї, присвячені окремим військовим битвам і цілим війнам

C. Пам'ятки оборонної архітектури (фортеці, оборонні стіни і вали, місця битв)

D. Мавзолеї

*5.2.57 Національний музей-садиба Миколи Пирогова знаходиться у*

A. Вінниці

B. Чернігові

C. Житомирі

D. Києві

*5.2.58 Етнографічні ресурси – це*

A. Інтерес до культури народу, об'єктів, предметів і явищ етнічної культури, побуту, мови, костюмів, етнічної творчості

B. Інтерес археологією країни, відвідання пам'яток старовини, місць розкопок

C. Інтерес до своєї історії країни, відвідування історичних пам'ятників й пам'яток, тематичних лекцій з історії

D. Пам'ятники ландшафтної архітектури

*5.2.59 Термін «рекреація» є*

A. Є сукупністю етимологічних значень – відновлення; розвага, відпочинок, зміна дій та характеризує простір, пов'язаний з цими діями

B. Наука і дисципліна, що вивчає процеси відновлення сил людини

C. Характеризує трудову діяльність та простір, пов'язаний з цими діями

D. Система заходів, що здійснюється у робочий час на

спеціалізованих територіях

*5.2.60 Туристично-рекреаційне навантаження – це*

- A. Один із видів туристичних послуг
- B. Кількість антропогенних туристичних ресурсів на певний регіон
- C. Гранично допустима кількість туристів
- D. Оцінка природних ресурсів

*5.2.61 Норми туристично-рекреаційних навантажень*

*найсуттєвіше залежать від*

- A. Сезону експлуатації природних комплексів
- B. Географічного положення території
- C. Кліматичних умов
- D. Антропогенного впливу

*5.2.62 Курортно-лікувальний туризм вважають одним із \_\_\_\_\_ туризму*

- A. Непередбачуваних
- B. Найцікавіших
- C. Найстаріших
- D. Найновіших

*5.2.63 Рекреація це*

- A. Цікава місцевість
- B. Відпочинок на морі
- C. Це система заходів, пов'язана з використанням вільного часу

людей для їх оздоровчої, культурно-ознайомчої і спортивної діяльності на спеціалізованих територіях, які розташовані поза їх постійним помешканням

- D. Трудове навантаження (працетерапія)

*5.2.64 Популярний бальнеологічний курорт Хмільник знаходиться на*

- A. Херсонщині
- B. Львівщині
- C. Вінниччині
- D. Одещині

*5.2.65 Першим документально-зафіксованим бальнеологічним курортом на території України є*

- A. Одеса
- B. Миргород
- C. Трускавець
- D. Шкло

*5.2.66 Оздоровчо-рекреаційні заклади, розміщені неподалік від основного місця праці рекреантів, належать до категорії*

- A. Санаторій-профілакторій
- B. Санаторій (або пансіонат) з лікуванням
- C. Будинок чи пансіонат відпочинку

D. База відпочинку

5.2.67 Санаторно-курортні підприємства входять до складу

A. Туристичного комплексу

B. Готельного комплексу

C. Спортивного комплексу

D. Рекреаційного комплексу

5.2.68 Система букв у класифікації готелів застосовується у

A. Греції

B. Казахстані

C. Японії

D. Лівії

5.2.69 Заклади розміщення туристів поділяють на дві такі

категорії

A. Спеціалізовані та індивідуальні

B. Колективні та індивідуальні

C. Оздоровчі та громадські

D. Готелі та хостели

5.2.70 Система корон чи «ключів» у класифікації готелів

застосовується у

A. Індія

B. Єгипті

C. США

D. Великій Британії

5.2.71 Активні види туризму передбачають

A. Перебування на пляжі

B. Сплав на плотах або човнах

C. Відвідування музею

D. Похід в заклад харчування

5.2.72 Розвиток певних видів туризму не можливий без

A. Спеціального спорядження

B. Вивчення і оцінки туристичних потреб

C. Певних матеріальних затрат

D. Співпраці фахівців галузі та місцевої влади

5.2.73 Спортивний туризм – це

A. Перегляд спортивних програм по телебаченню

B. Гра в футбол

C. Заняття фізичною культурою

D. Заняття спортом, активним дозвіллям та ефективним відпочинком

у природному середовищі

5.2.74 Яка країна займає перші місця за чисельністю гірськолижних

курортів

A. Казахстан



- В. Україна
- С. Франція
- Д. Іспанія

5.2.75 Назвіть країну, де давання чайових вважається образою

- А. Україна
- В. Туреччина
- С. Ісландія
- Д. Великобританія

5.2.76 Екстремальний туризм – це

- А. Туризм з метою лікування
- В. Різновид туризму, який пов'язаний із певним ступенем ризику, або з позамежними фізичними або психічними навантаженнями в надважких умовах

- С. Відвідування танцювальних заходів

- Д. Спеціалізований вид туризму, розрахований, в першу чергу, на створення сприятливих умов для проведення фотографічної зйомки

5.2.77 Один з найпопулярніших видів екстрим-туризму

- А. Відвідування музеїв
- В. Катання на велосипедах
- С. Скелелазіння
- Д. пляжний туризм

5.2.78 До атрибутів екстремального туризму НЕ належать

- А. Велосипед
- В. Спецодяг
- С. Спорядження
- Д. Захисний шолом

5.2.79 Серед наведених виберіть найбільш непопулярну зону екстремального туризму

- А. Канада
- В. Франція
- С. Україна
- Д. Норвегія

5.2.80 Вейкбординг – це

- А. Комбінація водних лиж, сноуборду, скейту і серфінгу
- В. Водні лижі
- С. Сноуборд
- Д. Гірські лижі

5.2.81 Рафтинг – це

- А. Гірські походи
- В. Захоплюючий спуск по гірській річці на каное або спеціальних плотах
- С. Катання на малолітражках

D. Катання на велосипедах

*5.2.82 Маунтінбайкінг – це*

A. Їзда на позашляховику

B. Їзда на гірському автомобілі

C. Їзда на верблюді

D. Їзда на гірському велосипеді

*5.2.83 Культурно-пізнавальний туризм – це*

A. Туризм при якому люди стають живими свідками найбільших подій в світі спорту, культури і мистецтва

B. Подорожі, що здійснюються з метою участі в конгресах, зборах, семінарах і інших важливих ділових заходах

C. Подорожі людей своєю країною і зарубіжними країнами з метою ознайомлення з пам'ятниками культури, місцевими традиціями, звичаями, образом і стилем життя

D. Походи маршрутами певної категорії складності, а також участь у змаганнях з техніки туризму і чемпіонатах; різновид самодіяльного туризму

*5.2.84 Подієвий туризм – це*

A. При якому люди стають живими свідками найбільших подій в світі спорту, культури і мистецтва

B. Подорожі, що здійснюються з метою участі в конгресах, зборах, семінарах і інших важливих ділових заходах

C. Подорожі людей своєю країною і зарубіжними країнами з метою ознайомлення з пам'ятниками культури, місцевими традиціями, звичаями, образом і стилем життя

D. Походи маршрутами певної категорії складності, а також участь у змаганнях з техніки туризму і чемпіонатах; різновид самодіяльного туризму

*5.2.85 Подієвий туризм можна класифікувати за масштабом події*

A. Регіональний та обласний

B. Тематичний та масштабний

C. Національний та міжнародний

D. Соціальний та значний

*5.2.86 Перше місце в світі за чисельністю атракціонів займає*

A. Франція

B. США

C. Мексика

D. Канада

*5.2.87 Чим закінчується карнавал у місті Іврея*

A. Обіймами

B. Феєрверком

C. Апельсиновим боєм

D. Помідорним боєм

5.2.88 Де пройшли перші автомобільні гонки «Формула 1»

- A. Італія
- B. Бразилія
- C. Німеччина
- D. Іспанія

5.2.89 Культурно-пізнавальний туризм – це

- A. Основна ціль подорожі присвячена події в якій турист братиме пасивну (спостерігача) або активну участь
- B. Поїздки, з метою оздоровлення та відновлення духовних та фізичних сил
- C. Це подорожі з метою ознайомлення культури країн світу
- D. Поїздки, пов'язані з виконанням фахових обов'язків з метою відвідування об'єктів, що належать фірмі або становлять для неї певний інтерес

5.2.90 Які об'єкти охоплює природно-пізнавальний туризм

- A. Народні промисли
- B. Руїни стародавніх міст
- C. Меморіальні пам'ятники
- D. Біосферні резервати, природні заповідники, пам'ятки природи

5.2.91 В якому місті знаходиться Лувр

- A. Мадрид
- B. Париж
- C. Рим
- D. Лондон

5.2.92 В якому місті України знаходиться Музей води

- A. Київ
- B. Запоріжжя
- C. Львів
- D. Ужгород

5.2.93 Подієвий туризм – це

- A. Поїздки, які знайомлять туриста з культурними цінностями, розширює його культурний кругозір
- B. Поїздки, з метою оздоровлення та відновлення духовних та фізичних сил
- C. Основна ціль подорожі присвячена події в якій турист братиме пасивну (спостерігача) або активну участь
- D. Поїздки, пов'язані з виконанням фахових обов'язків з метою відвідування об'єктів, що належать фірмі або становлять для неї певний інтерес

5.2.94 Подієвий туризм в першу чергу, сприяє розвитку

- A. Туристичного бізнесу
- B. Готельно-ресторанного бізнесу

- C. Транспорту
- D. Інфраструктури країни

*5.2.95 Діловий туризм – це*

A. Поїздки, пов'язані з виконанням фахових обов'язків з метою відвідування об'єктів, що належать фірмі або становлять для неї певний інтерес, називаючись «бізнес-поїздками»

B. Подорожі людей своєю країною і зарубіжними країнами з метою ознайомлення з пам'ятниками культури, місцевими традиціями, звичаями, образом і стилем життя

C. Походи маршрутами певної категорії складності, а також участь у змаганнях з техніки туризму і чемпіонатах; різновид самодіяльного туризму

D. Туризм при якому люди стають живими свідками найбільших подій в світі спорту, культури і мистецтва

*5.2.96 Що вважається найголовнішим у світовому діловому туризмі*

- A. Знання географії
- B. Знання англійської мови
- C. Курс валюти
- D. Стабільний рух транспорту та авіаліній

*5.2.97 Середня тривалість службової поїздки в країну, розташовану на іншому континенті, складає*

- A. 12–13 днів
- B. Від одного дня до 2 тижнів
- C. 10–14 днів
- D. Від 1 дня до 6 місяців

*5.2.98 В чому полягають основні особливості продажу турів у діловому туризмі*

- A. Розробка програми індивідуально для кожного покупця, враховуючи кожен особливості
- B. Пропонується широкий стандартний вибір турів
- C. Особам подорожуючи в ділових цілях надаються скидки
- D. Переліт тільки бізнес класом

*5.2.99 Які види послуг ділового туризму можна продавати у вигляді готових пакетних турів*

- A. Транспорт, проживання, харчування, обслуговування, VISA
- B. Тур на відпочинок до іншої країни, бізнес-тренінг, обслуговування
- C. Діловий фуршет, VISA, транспорт
- D. Послуги перекладача, проживання, харчування

*5.2.100 Розвинена індустрія з обслуговування ділових поїздок*

- A. BITHNES TRAVEL
- B. Business Travel
- C. Mikle Goat Internation
- D. WICR

### 5.3 Дизайн та технологія надання туристичних послуг

#### 5.3.1 Що включає в себе «готельна послуга»

- A. Перевезення пасажирів
- B. Реєстрацію подорожуючих
- C. Надання послуги по оренді житла та обслуговування гостей
- D. Інформаційне обслуговування

#### 5.3.2 Що таке «екскурсійна послуга»

- A. Послуга по митті одягу
- B. Послуга з огляду пам'яток та визначних місць
- C. Послуга з обслуговування автомобілів
- D. Послуга із ремонту комп'ютерів

#### 5.3.3 Що таке туристична послуга

- A. Підприємницька діяльність
- B. Відпочинок та розваги під час подорожей
- C. Виробництво товарів
- D. Медична допомога

#### 5.3.4 Як можна покращити якість туристичних послуг

- A. Зниження цін
- B. Навчання персоналу та підвищення стандартів обслуговування
- C. Введення обмежень на кількість туристів
- D. Заборона туризму

#### 5.3.5 Яка роль туристичних агентств у наданні туристичних послуг

- A. Лише реєстрація подорожей
- B. Організація подорожей, бронювання готелів, транспорту та інше
- C. Реалізація продуктів харчування на відпочинку
- D. Виробництво одягу для туристів

#### 5.3.6 Яким чином туристичні послуги впливають на місцеву економіку

- A. Негативно
- B. Позитивно
- C. Не впливають
- D. Залежить від регіону

#### 5.3.7 Які види туризму існують

- A. Тільки масовий туризм
- B. Масовий, екологічний, екстремальний туризм
- C. Лише спортивний туризм
- D. Туризм не існує

#### 5.3.8 Які види туристичних послуг існують

- A. Тільки готелі
- B. Туристичні агентства
- C. Транспортні компанії
- D. Усі вищезазначені варіанти

*5.3.9 Які основні тренди в сфері туристичних послуг на сьогоднішній день*

- A. Збільшення використання бартерних послуг
- B. Ріст популярності онлайн-бронювання та додатків для подорожей
- C. Зменшення інтересу до екзотичних місць
- D. Збільшення витрат на туризм

*5.3.10 Які переваги та недоліки масового туризму*

A. Переваги: розвиток місцевої економіки; Недоліки: забруднення навколишнього середовища

- B. Переваги: індивідуальний підхід; Недоліки: відсутність прибутку
- C. Переваги: недорогий відпочинок; Недоліки: відсутність розваг
- D. Переваги: відсутність недоліків

*5.3.11 Які складові включаються в послуги туризму гостинності*

- A. Лише проживання в готелі
- B. Проживання, харчування та інші обслуговування гостей
- C. Тільки транспортні послуги
- D. Всі вищезазначені варіанти

*5.3.12 Які фактори впливають на розвиток туристичних послуг*

- A. Сезонність
- B. Економічна стабільність
- C. Кількість населення у країні
- D. Всі вищезазначені варіанти

*5.3.13 Хто може бути виробником туристичних послуг*

- A. Тільки готелі
- B. Туристичні агентства
- C. Музеї та пам'ятки
- D. Усі вищезазначені варіанти

*5.3.14 Хто може бути споживачем туристичних послуг*

- A. Тільки діти
- B. Лише студенти
- C. Будь-хто, хто користується туристичними послугами
- D. Тільки власники готелів

*5.3.15 Що включає в себе об'єкт туристичного обслуговування*

- A. Лише житло
- B. Готелі, ресторани, музеї, транспорт та інші послуги
- C. Тільки пікніки на природі
- D. Лише туристичні агентства

*5.3.16 Що включає в себе транспортне обслуговування у сфері туризму*

- A. Лише продаж квитків
- B. Перевезення туристів до місця призначення
- C. Тільки ремонт транспортних засобів

D. Всі вищезазначені варіанти

*5.3.17 Як впливає сезонність на обсяг туристичних послуг*

- A. Підвищує попит на послуги у позасезонний період
- B. Постійний попит протягом всього року
- C. Знижує попит у позасезонний період
- D. Не впливає на обсяг послуг

*5.3.18 Яка роль гідів у туристичному обслуговуванні*

- A. Тільки продаж екскурсій
- B. Проведення огляду пам'яток та надання інформації
- C. Реєстрація гостей у готелях
- D. Організація гастрольних виступів

*5.3.19 Яка роль туристичних агентств у виборі туристом об'єкта*

*відпочинку*

- A. Лише продаж турів
- B. Організація подорожей, консультація та підбір турів
- C. Проведення туристичних ярмарків
- D. Лише розміщення оголошень про здачу житла

*5.3.20 Які категорії споживачів можуть використовувати туристичні*

*послуги*

- A. Тільки дорослі
- B. Тільки люди пенсійного віку
- C. Люди різного віку, інтересів та фінансового статусу
- D. Тільки туристи з іншої країни

*5.3.21 Які основні фактори впливають на вибір туристом об'єкта*

*відпочинку*

- A. Тільки ціна
- B. Місце розташування, вид об'єкта, рекомендації
- C. Кількість зірок готелю
- D. Тільки рейтинг у соціальних мережах

*5.3.22 Які основні чинники впливають на задоволеність споживачів*

*туристичними послугами*

- A. Тільки ціна
- B. Якість послуг, комфорт, безпека, враження та інші
- C. Відсутність обмежень на кількість туристів
- D. Всі вищезазначені фактори

*5.3.23 Які переваги та недоліки може мати виробник у сфері туризму*

*гостинності*

- A. Переваги: великий прибуток; Недоліки: відсутність споживачів
- B. Переваги: розвиток місцевої економіки; Недоліки: високі витрати
- C. Переваги: недорогий відпочинок; Недоліки: низька якість послуг
- D. Переваги: відсутність недоліків

5.3.24 Які фактори впливають на вартість туристичних послуг

- A. Лише розташування об'єкта відпочинку
- B. Сезонність, кількість зірок готелю, вид послуг та інші
- C. Тільки кількість споживачів
- D. Відсутність факторів, що впливають на вартість

5.3.25 Що таке «а-ля-карт» (*a la carte*) у ресторанах

- A. Лише меню для дітей
- B. Замоклення страв окремо і сплата за кожну страву окремо
- C. Тільки шведський стіл
- D. Безкоштовний обід для клієнтів

5.3.26 Що таке «гурман» (*gourmet*) у гастрономічному світі

- A. Тільки дорога їжа
- B. Вишукана та вишукана кухня, високоякісні страви
- C. Тільки страви з риби
- D. Лише фрукти

5.3.27 Що таке «локальна кухня» (*local cuisine*)

- A. Тільки кухня, яка не подорожує
- B. Спеціалітети, які готуються в місцевому стилі та з місцевих інгредієнтів
- C. Тільки страви з м'яса
- D. Лише страви для дітей

5.3.28 Що таке «фастфуд» у харчуванні для туристів

- A. Лише страви зі смаженої картоплі
- B. Швидке харчування, готова їжа, зазвичай безпосередньо на вулиці
- C. Тільки ресторани швидкого обслуговування
- D. Готельна кухня

5.3.29 Що таке «харчування в системі все включено» (*All-Inclusive*)

- A. Тільки шведський стіл
- B. Гостьова кухня для готування їжі
- C. Сплатили передчасно і можна користуватися всіма послугами та харчуванням без додаткових витрат
- D. Тільки ресторани зі спеціалізованими меню

5.3.30 Що таке «шведський стіл» (*buffet*)

- A. Лише стіл для ігор
- B. Система харчування, де їжа готується на замовлення
- C. Безкоштовний стіл у готелі
- D. Буфет із різноманітними стравами, з якого можна обирати

5.3.31 Яке харчування найбільше характерне для готелів «закуси включено» (*Bed and Breakfast*)

- A. Лише шведський стіл
- B. Сніданок включений в вартість проживання
- C. Тільки обіди
- D. Гостьова кухня для приготування їжі



5.3.32 Які можливості для харчування доступні у готелях за типом обслуговування «напівпансіон» (Half Board)

- A. Лише обіди
- B. Сніданки та вечері включені в вартість проживання
- C. Тільки шведський стіл
- D. Тільки кількість споживачів

5.3.33 Які переваги надає використання технологій у гастрономічній галузі туризму

- A. Лише зниження якості страв
- B. Оптимізація процесів, підвищення якості обслуговування та зручності для клієнтів
- C. Тільки підвищення цін
- D. Лише зменшення кількості страв в меню

5.3.34 Які послуги харчування можуть надавати готелі «закуски включено» (Bed and Breakfast)

- A. Лише сніданки
- B. Тільки вечері
- C. Сніданки і обіди
- D. Шведський стіл увесь день

5.3.35 Які типи готелів найчастіше надають послугу «самообслуговування» (self-catering)

- A. Тільки літні курорти
- B. Апартаменти, котеджі, вілли
- C. Тільки готелі з ресторанами
- D. Готелі тільки для бізнес-подорожей

5.3.36 Які типи харчування найбільше характерні для круїзних подорожей

- A. Тільки «все включено»
- B. Ресторани зі спеціалізованими меню
- C. Шведський стіл та «а-ля-карт» (a la carte)
- D. Харчування на основному палубі

5.3.37 Які фактори впливають на вибір харчування для туристів під час подорожей

- A. Тільки кількість страв у меню
- B. Переваги, бюджет, дієтологічні обмеження, місцеві традиції
- C. Лише сезонність продуктів
- D. Тільки кількість зірок у рейтингу ресторану

5.3.38 Що таке «електронний квиток» у сфері туризму

- A. Відомість із списком місць у літаку
- B. Тільки розрахунковий документ для туристичної фірми
- C. Документ, що підтверджує право на подорож без фізичного квитка
- D. Завірений власноруч квиток

*5.3.39 Як використовують соціальні мережі туристичні фірми для залучення клієнтів*

- A. Лише для особистих спілкувань
- B. Реклама тільки в традиційних ЗМІ
- C. Пошук цільової аудиторії, просування акцій та реклама послуг
- D. Тільки для завершення угод про подорожі

*5.3.40 Як технології допомагають в збереженні і аналізі даних про клієнтів у туристичних фірмах*

- A. Лише зберігання даних на папері
- B. Електронні системи управління взаємодією з клієнтами (CRM)
- C. Тільки зберігання даних на флеш-накопичувачах
- D. Відсутність зберігання даних

*5.3.41 Як технології можуть допомогти у покращенні обслуговування клієнтів туристичних фірм*

- A. Тільки зниження цін на послуги
- B. Забезпечення інформаційної підтримки, розрахунок маршрутів та інше

- C. Лише обслуговування тільки онлайн
- D. Тільки продаж квитків

*5.3.42 Яким чином технології можуть полегшити роботу туристичних агентів*

- A. Тільки заміщення їхньої роботи
- B. Ведення бази даних клієнтів
- C. Тільки просування продукції
- D. Відсутність впливу на роботу агентів

*5.3.43 Які інструменти дозволяють здійснювати віртуальні тури*

- A. Тільки електронні книги
- B. Веб-камери та віртуальна реальність
- C. Тільки паперові фотоальбоми
- D. Звичайні фотоапарати

*5.3.44 Які інструменти допомагають виробникам туристичних послуг ефективно просувати свої продукти*

- A. Лише оголошення у газетах
- B. Пошук власних клієнтів
- C. Маркетинг, реклама в Інтернеті, соціальні мережі
- D. Лише особистий контакт з клієнтами

*5.3.45 Які інструменти допомагають туристичним фірмам в автоматизації бронювання та обробці платежів*

- A. Лише телефони
- B. Послуги кур'єрської доставки
- C. Інтернет-платформи, платіжні системи
- D. Тільки факси

*5.3.46 Які інструменти часто використовуються туристичними фірмами для онлайн-бронювання*

- A. Тільки телефони
- B. Веб-сайти, мобільні додатки, соціальні мережі
- C. Поштові листи
- D. Факси

*5.3.47 Які можливості надають мобільні додатки туристичним фірмам*

- A. Лише надсилання SMS-повідомлень
- B. Бронювання готелів та авіаквитків, інформація про подорожі
- C. Розсилка листів
- D. Тільки голосовий зв'язок

*5.3.48 Які переваги надає використання технологій для туристичних фірм*

- A. Збільшення витрат на обслуговування клієнтів
- B. Підвищення ефективності обробки замовлень та зниження помилок
- C. Повільний розвиток туристичного бізнесу
- D. Зменшення кількості пропозицій для клієнтів

*5.3.49 Які фактори можуть впливати на кібербезпеку туристичних фірм*

- A. Тільки відсутність Інтернет-з'єднання
- B. Розміщення інформації про клієнтів у незахищеному вигляді
- C. Тільки фізичний доступ до комп'ютерів
- D. Тільки регулярне змінення кольору логотипу

*5.3.50 Що означає термін «розумний готель» (smart hotel)*

- A. Готель, де відсутні будь-які технології
- B. Готель, де використовуються інноваційні рішення та автоматизація
- C. Готель, де не приймаються гості
- D. Тільки економ-готель

*5.3.51 Як використовуються технології в системах «розумного освітлення» готелів*

- A. Тільки для створення атмосфери святкування
- B. Зменшення витрат на освітлення
- C. Лише для розфарбовування стін готелю
- D. Тільки для створення «диско-настрою»

*5.3.52 Як технології допомагають готелям у взаємодії з клієнтами після від'їзду*

- A. Лише обмін листами
- B. Системи збору відгуків та відповідей на запитання
- C. Тільки огляди готелю у газетах
- D. Лише розсилка рекламних брошур

*5.3.53 Які інструменти дозволяють готелям вести аналітику та прогнозування попиту*

- A. Лише відомості в журналах
- B. Власні дослідження
- C. Інформаційні системи для аналізу даних, системи управління резерваціями
- D. Тільки внутрішні спостереження

*5.3.54 Які інструменти дозволяють готелям забезпечити безпеку клієнтів*

- A. Лише лікувальні послуги
- B. Відеоспостереження, сейфи, системи доступу
- C. Тільки засоби особистої гігієни
- D. Лише кваліфікований медичний персонал

*5.3.55 Які інструменти допомагають готелям автоматизувати процеси обслуговування клієнтів*

- A. Лише ручний облік
- B. Паперові документи
- C. Інтернет-платформи, системи управління готельним бізнесом
- D. Лише гостьові книги

*5.3.56 Які інструменти допомагають готелям покращити обслуговування клієнтів та зберігати їхні дані*

- A. Лише облік витрат
- B. Інтернет-платформи для бронювання, системи управління готелем, системи контролю клієнтів
- C. Лише факси
- D. Тільки розрахунок маршрутів

*5.3.57 Які можливості надають мобільні додатки для готелів та гостьових будинків*

- A. Лише облік витрат
- B. Бронювання номерів, замовлення послуг, онлайн-реєстрація
- C. Лише підрахунок вартості проживання
- D. Тільки обмін повідомленнями з клієнтами

*5.3.58 Які переваги надає використання технологій для готелів та інших закладів розміщення*

- A. Підвищення витрат на обслуговування клієнтів
- B. Оптимізація процесів, покращення обслуговування, зниження помилок
- C. Зниження кількості готельних послуг
- D. Повільний розвиток готельного бізнесу

*5.3.59 Які технології використовуються для впровадження концепції «зеленого готелю»*

- A. Тільки паперові стакани

В. Використання відновлюваних джерел енергії, системи контролю споживання енергії, утилізація відходів

С. Тільки зелений кольоровий дизайн

Д. Лише дерев'яні меблі

5.3.60 Які технології дозволяють клієнтам бронювати номери у готелях

А. Тільки факс

В. Веб-сайти готелів, мобільні додатки, онлайн-бронювання

С. Тільки звітні документи

Д. Лише телефонні дзвінки

5.3.61 Які технології можуть допомогти готелям у зменшенні витрат та оптимізації бізнес-процесів

А. Лише зниження якості послуг

В. Віртуальні турніки, системи управління витратами

С. Тільки власні рекламні кампанії

Д. Лише електронні брошури

5.3.62 Що означає термін «екологічний транспорт» (*eco-friendly transportation*) у туризмі

А. Тільки автобуси

В. Транспортні засоби, які мають низький вплив на довкілля, використовують альтернативні джерела енергії

С. Тільки вертольоти

Д. Лише коні

5.3.63 Що означає термін «кешлесс» (*cashless*) у контексті оплати транспорту та послуг під час подорожей

А. Тільки оплата готівкою

В. Безготівкова оплата за допомогою кредитних карт, мобільних гаманців тощо

С. Тільки монети

Д. Лише чеки

5.3.64 Як технології впливають на зменшення впливу транспорту на навколишнє середовище та зниження викидів шкідливих речовин

А. Лише збільшення обсягу перевезень

В. Розвиток транспорту з низьким рівнем викидів, використання альтернативних джерел енергії

С. Тільки відстріл димарів

Д. Лише використання гібридних силових установок

5.3.65 Як технології впливають на підвищення ефективності масової перевезення туристів

А. Лише затримки в роботі систем

В. Оптимізація маршрутів, покращення розкладу, системи квиткування

С. Тільки витрати на рекламу

D. Лише зростання кількості пасажирів

*5.3.66 Як технології полегшують навігацію та орієнтацію туристів під час подорожей*

A. Лише компаси

B. GPS, карти, мобільні додатки з навігацією

C. Тільки глобуси

D. Лише путівники

*5.3.67 Які види технологій використовуються для онлайн-бронювання авіаквитків та готелів*

A. Тільки відеокамери

B. Інтернет-платформи, мобільні додатки, веб-сайти, API системи бронювання

C. Лише телефони для бронювання

D. Тільки паперові квитки

*5.3.68 Які види транспорту найчастіше використовуються для перевезення туристів*

A. Лише велосипеди

B. Авіація, залізниця, автобуси, автомобілі, кораблі, метро та інші

C. Тільки сани

D. Лише верблюди

*5.3.69 Які інструменти допомагають туристам отримати інформацію про громадський транспорт та маршрути під час подорожей*

A. Лише ручні карти

B. Мобільні додатки з картами, системи навігації, веб-сайти громадського транспорту

C. Тільки книги про залізниці

D. Лише паперові розклади

*5.3.70 Які можливості надає використання технологій для підвищення доступності транспортного обслуговування для осіб з обмеженими можливостями*

A. Тільки складні інструкції

B. Онлайн-розклади для осіб з обмеженими можливостями, адаптований транспорт, маршрути для інвалідів

C. Тільки збільшення вартості послуг

D. Лише ліфти

*5.3.71 Які переваги надає використання мобільних додатків для транспортного обслуговування*

A. Тільки збільшення вартості послуг

B. Зручність придбання квитків, отримання інформації про розклад та затримки

C. Тільки підвищення швидкості руху транспорту

D. Лише оплата готівкою

5.3.72 Які переваги надає використання технологій у транспортному обслуговуванні туристів

- A. Тільки затримка рейсів
- B. Зручність бронювання та оплати, підвищення безпеки та якості перевезень
- C. Тільки перевищення швидкісного режиму
- D. Лише збільшення кількості транспортних засобів

5.3.73 Які технології використовуються для покращення безпеки пасажирів під час подорожей

- A. Лише рукавички для охоронців
- B. Відеоспостереження, безпекові системи, сучасні системи безпеки на транспорті
- C. Тільки таємний агент Джеймс Бонд
- D. Лише ручні детектори брехні

5.3.74 Які технології допомагають в підвищенні якості обслуговування пасажирів на борту транспортних засобів

- A. Лише ручне обслуговування
- B. Розваги на борту, Wi-Fi, зручні сидіння, системи вентиляції
- C. Тільки харчування
- D. Лише страхові поліси

5.3.75 Що означає термін «гастро-туризм» (*culinary tourism*)

- A. Тільки відвідування музеїв
- B. Подорожі з метою спробувати смаки місцевої кухні та культурних страв
- C. Тільки відвідування ферм
- D. Лише кулінарні майстер-класи

5.3.76 Що означає термін «екскурсія» у туризмі

- A. Лише відпочинок на пляжі
- B. Подорож та огляд місцевих цікавинок під керівництвом гіда
- C. Тільки спортивні заходи
- D. Лише шопінг

5.3.77 Що таке «розважальні шоу» у туризмі

- A. Лише музичні концерти
- B. Спортивні змагання
- C. Театральні вистави, мюзикли, кабаре та інші розважальні заходи для гостей
- D. Лише виступи коміків

5.3.78 Які види розваг доступні на круїзних лайнерах

- A. Тільки гольф
- B. Басейни, казино, концерти, ресторани та інші види розважальних заходів
- C. Тільки покер

D. Лише риболовля

*5.3.79 Які види розважальних послуг надаються у готелях та курортах для розваг туристів*

A. Тільки читальні зали

B. Басейни, спа-центри, ресторани, розважальні шоу

C. Тільки атракціони

D. Лише прокат велосипедів

*5.3.80 Які види розважальних послуг найбільше популярні серед сімей з дітьми*

A. Тільки більярд

B. Аквапарки, дитячі ігрові майданчики, сімейні ресторани

C. Тільки шахи

D. Лише кіносеанси

*5.3.81 Які види розважальних послуг найчастіше використовуються для підтримки спортивних подій та фестивалів у туризмі*

A. Тільки велодоріжки

B. Концерти, спортивні змагання, виставки, гастрономічні фестивалі, майстер-класи

C. Тільки шахи

D. Лише екскурсії на ферми

*5.3.82 Які можливості надає використання технологій для організації інтерактивних розваг у туризмі*

A. Лише збільшення витрат

B. Створення віртуальних турів, ігор та інтерактивних екскурсій, мобільні додатки для гравців

C. Тільки збільшення цін

D. Лише створення паперових брошур

*5.3.83 Які переваги надає використання технологій у сфері розважальних послуг для туристів*

A. Лише скорочення кількості розваг

B. Зручність бронювання та отримання інформації, інтерактивність, розширена реальність

C. Тільки обмеження доступу до розваг

D. Лише збільшення кількості ресторанів

*5.3.84 Які послуги входять до поняття «активний відпочинок» (active leisure) в туризмі*

A. Тільки лікувальні процедури

B. Екскурсії на велосипеді, гірськолижні курорти, рафтинг та інші види активності

C. Тільки релаксація на пляжі

D. Лише риболовля



5.3.85 Які розважальні послуги найбільше цікавлять любителів пригод у туризмі

A. Тільки екскурсії на музеї

B. Сплави на байдарках, альпінізм, сафари, стрибки з парашутом та інші заходи для допитливих

C. Тільки кіносеанси

D. Лише гольф

5.3.86 Які технології використовуються для організації інтерактивних розваг у туризмі

A. Лише античні машини

B. QR-коди, мобільні додатки з розширеною реальністю (AR), інтерактивні ігри

C. Тільки старомодні музейні експозиції

D. Лише книги

5.3.87 Які технології використовуються для розвитку розважальних послуг у туризмі

A. Лише старомодні техніки

B. Інтерактивні додатки для мобільних пристроїв, віртуальна реальність, доповнена реальність

C. Тільки плівкові камери

D. Лише аудіогіди

5.3.88 Що означає термін «якість послуг» у туризмі

A. Тільки низька вартість

B. Відповідність послуги очікуванням та задоволення потреб туристів

C. Тільки кількість послуг

D. Лише розмір номеру в готелі

5.3.89 Як можуть технології сприяти вирішенню проблем якості в ресторанній галузі туризму

A. Тільки збільшення меню

B. Системи онлайн-замовлень, інтерактивні меню, системи автоматизованої підтримки клієнтів

C. Тільки збільшення кількості столиків

D. Лише промо-акції

5.3.90 Як технології можуть використовуватися для покращення якості екскурсійних послуг

A. Тільки збільшення цін на екскурсії

B. Мобільні додатки з інтерактивними картами та аудіогідами, віртуальна реальність

C. Тільки дороге обладнання для екскурсиводів

D. Лише об'ємні буклети

*5.3.91 Як технології можуть вплинути на покращення якості туристичних послуг*

- A. Тільки зниження вартості послуг
- B. Онлайн-бронювання, мобільні додатки для гостей, системи керування готельними процесами

- C. Тільки дорогі обладнання
- D. Лише швидкісний Інтернет

*5.3.92 Як технології можуть сприяти контролю якості туристичних послуг*

- A. Тільки вимірювання кількості туристів
- B. Онлайн-опитування та оцінка задоволеності клієнтів, системи відстеження обігу гостей, відгуки у соціальних мережах

- C. Тільки великі екрани для реклами
- D. Лише баркоди на квитках

*5.3.93 Яким чином навчання та підвищення кваліфікації персоналу впливає на якість надання туристичних послуг*

- A. Тільки збільшує витрати
- B. Покращує навички та професіоналізм персоналу, що позитивно впливає на обслуговування та задоволення туристів

- C. Тільки важкі завдання для персоналу
- D. Лише відпустки для працівників

*5.3.94 Які аспекти включає в себе поняття «якість туристичних послуг»*

- A. Тільки ціна
- B. Вартість послуг
- C. Споживча задоволеність, відповідність очікуванням, безпека та комфорт

- D. Лише кількість послуг

*5.3.95 Які види туристичних послуг найбільше піддаються оцінці якості та рецензіям туристів*

- A. Тільки гастро-туризм
- B. Готельні, ресторанні та екскурсійні послуги, авіаперельоти, круїзи
- C. Тільки прокат велосипедів
- D. Лише морські екскурсії

*5.3.96 Які можливі проблеми пов'язані зі стандартами якості в туризмі*

- A. Тільки перевищення швидкісного режиму
- B. Несумісність стандартів між різними країнами та регіонами
- C. Тільки збільшення обсягу роботи
- D. Лише затримка рейсів

*5.3.97 Які можливості надає використання технологій для підвищення якості авіаперельотів*

A. Тільки більші сидіння в літаках  
 B. Онлайн-реєстрація, інформаційні системи для пасажирів, системи керування безпекою

C. Тільки більше призів для пасажирів

D. Лише кращі обіди на борту

*5.3.98 Які показники можуть використовуватися для вимірювання якості готельних послуг*

A. Тільки кількість готелів у ланцюгу

B. Рейтинг готелю, рецензії та відгуки клієнтів, рівень обслуговування, стандарти чистоти

C. Тільки об'єм готельних номерів

D. Лише розмір ліжка у номері

*5.3.99 Які стандарти можуть використовуватися для оцінки якості туристичних послуг у готелях*

A. Тільки кількість зірок готелю

B. ISO 9001, стандарти чистоти, стандарти обслуговування гостей

C. Тільки кількість готельних номерів

D. Лише обсяги продажів готелю

*5.3.100 Які фактори можуть впливати на погіршення якості туристичних послуг*

A. Тільки висока ціна послуг

B. Низький рівень професіоналізму персоналу, застаріле обладнання, погана організація обслуговування

C. Тільки красиві рекламні брошури

D. Лише великі очікування туристів

## **5.4 Організація екскурсійної діяльності**

*5.4.1 Коли в Україні започаткували діяльність перші курси екскурсіводів*

A. 1909

B. 1910

C. 1957

D. 1991

*5.4.2 Екскурсійна методика – це*

A. Сукупність ознак екскурсії

B. Характерні та супутні методи

C. Стандартні методи ведення екскурсії

D. Сукупність чітких правил і вимог, що відносяться до екскурсії

*5.4.3 Вибрати правильне твердження щодо мінімальної тривалості екскурсії*

- A. 30 хв
- B. 45 хв
- C. 60 хв
- D. 90 хв

*5.4.4 Екскурсознавство – це*

A. Комплексна наукова дисципліна, що розкриває теорію екскурсійної справи, методику екскурсійної діяльності, узагальнюючу практику туристсько-екскурсійних підприємств із організації надання екскурсійних послуг, історію екскурсійної справи

B. Наукова дисципліна, що розкриває теорію головні етапи організації надання екскурсійних послуг в Україні

C. Наукова дисципліна, що розкриває теорію екскурсійної справи

D. Наукова дисципліна, що розкриває методику екскурсійної діяльності

*5.4.5 Які елементи не відносяться до екскурсійної теорії*

A. Практика проведення дитячих екскурсій

B. Функції екскурсії, її основні ознаки та класифікації

C. Диференційований підхід до екскурсійного обслуговування

D. Основи професійної майстерності екскурсовода

*5.4.6 Термін «екскурсія» має походження*

A. З грецької мови

B. З французької мови

C. З латинської

D. З німецької мови.

*5.4.7 Яка ознака не є обов'язковою для всіх екскурсій*

A. Наявність теми

B. Активна діяльність учасників

C. Заздалегідь спланований маршрут

D. Наявність транспортного засобу

*5.4.8 За змістом екскурсії класифікують за такими критеріями*

A. Оглядові і тематичні

B. Музейні, виробничі, міські

C. Навчальні, спеціальні, пробні

D. Військово-історичні

*5.4.9 Який прийом показу зазвичай застосовують при демонстрації перебудованих чи частково зруйнованих об'єктів*

A. Локалізації подій

B. Зорової реконструкції

C. Зорового аналізу

D. Абстрагування

*5.4.10 Дозвіл на туристичний супровід має право не одержувати*

- A. Керівник туристичної групи
- B. Екскурсовод
- C. Аніматор на круїзному судні
- D. Гід-перекладач

*5.4.11 З'їзд директорів і викладачів Київського навчального округу, де було указано про необхідність залучення до місцевих екскурсій усіх учнів відбувся у*

- A. 1916
- B. 1910
- C. 1945
- D. 1991

*5.4.12 Основний комплекс послуг – це*

A. Набір послуг, що складають програму екскурсійного обслуговування.  
 B. Важливий компонент екскурсійного продукту, що включає будь-які послуги, що можуть бути надані споживачу за його бажанням і відповідно до його інтересів за додаткову плату

C. Вироблений туристсько-екскурсійним підприємством екскурсійний продукт, що складається з певного набору послуг.

D. Набір послуг, що надаються екскурсантам відповідно до їхніх потреб і тематики екскурсії, наперед сплачений і розподілений за часом проведення екскурсії

*5.4.13 Скільки існує загальних ознак екскурсії*

- A. 7
- B. 5
- C. 4
- D. 10

*5.4.14 Додаткові послуги – це*

A. Набір послуг, що складають програму екскурсійного обслуговування  
 B. Важливий компонент екскурсійного продукту, що включає будь-які послуги, що можуть бути надані споживачу за його бажанням і відповідно до його інтересів за додаткову плату

C. Вироблений туристсько-екскурсійним підприємством екскурсійний продукт, що складається з певного набору послуг

D. Набір послуг, що надаються екскурсантам відповідно до їхніх потреб і тематики екскурсії, наперед сплачений і розподілений за часом проведення екскурсії

*5.4.15 Пакет послуг – це*

A. Набір послуг, що складають програму екскурсійного обслуговування  
 B. Важливий компонент екскурсійного продукту, що включає будь-які послуги, що можуть бути надані споживачу за його бажанням і відповідно до його інтересів за додаткову плату

С. Вироблений туристсько-екскурсійним підприємством екскурсійний продукт, що складається з певного набору послуг

Д. Набір послуг, що надаються екскурсантам відповідно до їхніх потреб і тематики екскурсії, наперед сплачений і розподілений за часом проведення екскурсії

#### *5.4.16 Програма обслуговування – це*

А. Це набір послуг, що складають програму екскурсійного обслуговування

В. Важливий компонент екскурсійного продукту, що включає будь-які послуги, що можуть бути надані споживачу за його бажанням і відповідно до його інтересів за додаткову плату

С. Це вироблений туристсько-екскурсійним підприємством екскурсійний продукт, що складається з певного набору послуг

Д. Це набір послуг, що надаються екскурсантам відповідно до їхніх потреб і тематики екскурсії, наперед сплачений і розподілений за часом проведення екскурсії

#### *5.4.17 Принцип науковості*

А. Екскурсії здебільшого мають науковий характер і мають за мету поширення наукових знань

В. Ідейність необхідно розглядати як свідому прихильність до певної системи ціннісних орієнтирів

С. Матеріал екскурсій має бути пов'язаний із життєвою дійсністю, з тими змінами, які відбуваються в соціумі, промисловості, культурі, державотворенні

Д. Ефективність екскурсії залежить від того, наскільки зрозуміло викладається матеріал, наскільки він за своїм змістом доступний для сприйняття певній аудиторії

#### *5.4.18 Принцип ідейності*

А. Екскурсії здебільшого мають науковий характер і мають за мету поширення наукових знань

В. Ідейність необхідно розглядати як свідому прихильність до певної системи ціннісних орієнтирів

С. Матеріал екскурсій має бути пов'язаний із життєвою дійсністю, з тими змінами, які відбуваються в соціумі, промисловості, культурі, державотворенні

Д. Ефективність екскурсії залежить від того, наскільки зрозуміло викладається матеріал, наскільки він за своїм змістом доступний для сприйняття певній аудиторії

#### *5.4.19 Зв'язок теорії з життям*

А. Екскурсії здебільшого мають науковий характер і мають за мету поширення наукових знань.

В. Ідейність необхідно розглядати як свідому прихильність до певної системи ціннісних орієнтирів

С. Матеріал екскурсій має бути пов'язаний із життєвою дійсністю, з тими змінами, які відбуваються в соціумі, промисловості, культурі, державотворенні

Д. Ефективність екскурсії залежить від того, наскільки зрозуміло викладається матеріал, наскільки він за своїм змістом доступний для сприйняття певній аудиторії

#### *5.4.20 Переконливість і дохідливість*

А. Екскурсії здебільшого мають науковий характер і мають за мету поширення наукових знань.

В. Ідейність необхідно розглядати як свідому прихильність до певної системи ціннісних орієнтирів

С. Матеріал екскурсій має бути пов'язаний із життєвою дійсністю, з тими змінами, які відбуваються в соціумі, промисловості, культурі, державотворенні

Д. Ефективність екскурсії залежить від того, наскільки зрозуміло викладається матеріал, наскільки він за своїм змістом доступний для сприйняття певній аудиторії

*5.4.21 До якого елементу педагогічної техніки належить «Говорити грамотно, зрозуміло, красиво»*

А. Мовні вміння

В. Мімічна й пантомімічна виразність

С. Уміння управляти своїм емоційним станом

Д. Володіння елементами режисерських і акторських умінь

*5.4.22 З огляду на елементи психології в екскурсійній діяльності, скільки виокремлюють фаз в роботі екскурсовода*

А. 2

В. 5

С. 6

Д. 4

*5.4.23 До якої фази елементу психології в екскурсійній діяльності відносять «підготовку до екскурсії»*

А. Докомунікативна

В. Комунікативна

С. Докомунікативну та комунікативну

Д. Не відносять ні до якої

*5.4.24 Не є обов'язковою для всіх екскурсій*

А. Наявність теми

В. Активна діяльність учасників

С. Заздалегідь спланований маршрут

Д. Наявність транспортного засобу

*5.4.25 За змістом екскурсії класифікують за такими ознаками*

- A. Оглядові й тематичні
- B. Музейні, виробничі, міські
- C. Навчальні, спеціальні, пробні
- D. За бажанням екскурсантів

*5.4.26 Дозвіл на туристичний супровід має право не одержувати*

- A. Керівник туристичної групи
- B. Екскурсовод
- C. Аніматор на круїзному судні
- D. Гід-перекладач

*5.4.27 На скільки поділяється класифікація екскурсій за тематикою*

- A. 7
- B. 5
- C. 9
- D. 4

*5.4.28 На скільки поділяється класифікація екскурсій за основними*

*ознаками*

- A. 6
- B. 5
- C. 4
- D. 7

*5.4.29 До якої теми належить краєзнавча екскурсія*

- A. Історична
- B. Мистецтвознавча
- C. Літературна
- D. Релігійна

*5.4.30 До якої теми належить пізнавальна екскурсія*

- A. Історична
- B. Мистецтвознавча
- C. Літературна
- D. Релігійна

*5.4.31 До якої теми належить зоологічна екскурсія*

- A. Історична
- B. Мистецтвознавча
- C. Літературна
- D. Релігійна

*5.4.32 Як класифікується екскурсія «Для студентів і школярів»*

- A. За складом учасників
- B. За тривалістю
- C. За тематикою
- D. За формулювання проведення



*5.4.33 Як класифікуються оглядові екскурсії*

- A. За складом учасників
- B. За тривалістю
- C. За тематикою
- D. За формулю проведення

*5.4.34 Як класифікуються концертні екскурсії*

- A. За складом учасників
- B. За тривалістю
- C. За тематикою
- D. За формулю проведення

*5.4.35 Як класифікуються виробничі екскурсії*

- A. За складом учасників
- B. За тривалістю
- C. За тематикою
- D. За формулю проведення

*5.4.36 Як класифікуються пішохідні екскурсії*

- A. За складом учасників
- B. За засобами пересування
- C. За тематикою
- D. За формулю проведення

*5.4.37 Як класифікуються тривалі екскурсії*

- A. За складом учасників
- B. За тривалістю
- C. За тематикою
- D. За формулю проведення

*5.4.38 Екскурсійний показ – це*

- A. Процес реалізації принципу наочності, наочний спосіб ознайомлення з екскурсійним об'єктом або кількома об'єктами одночасно
- B. Процес реалізації принципу наочності, наочний спосіб ознайомлення з екскурсійним об'єктом або кількома об'єктами на маршруті
- C. Процес реалізації принципу науковості, наочний спосіб ознайомлення з екскурсійним об'єктом
- D. Процес реалізації принципу показу, наочний спосіб ознайомлення з екскурсійним об'єктом або кількома об'єктами одночасно

*5.4.39 Показ об'єкта – це*

- A. Обов'язкова система дій екскурсантів
- B. Наявність екскурсійного матеріалу щодо показу
- C. Система цілеспрямованих дій екскурсовода та екскурсантів, спостереження об'єктів під керівництвом фахівця
- D. Будь-яка форма дій екскурсовода щодо демонстрації об'єктів

*5.4.40 До умов показу належить*

- A. Правильно обрані точки показу

- В. Споглядання
- С. Одиничні прийоми
- Д. Вказівки екскурсантів

*5.4.41 Під час показу об'єкта екскурсивод користується*

- А. Схемою послідовності дій
- В. Навичками екскурсивода
- С. Довідкою
- Д. Часом показу

*5.4.42 Правильним твердженням щодо прийому попереднього огляду є*

- А. Використовується в той момент, коли екскурсанти перебувають на місці розташування пам'ятника
- В. Використовується в той момент, коли екскурсанти перебувають в автобусі
- С. Використовується в той момент, коли екскурсанти вирушають до місця розташування пам'ятника
- Д. Використовується в той момент, коли екскурсанти розглядають буклети.

*5.4.43 Згідно з класифікацією методичних прийомів екскурсії, прийом характеристики – це*

- А. Визначення відмітних властивостей та якостей предмета
- В. Форма викладу матеріалу
- С. Довідка про історичну подію
- Д. Довідка про зовнішні сторони об'єкта

*5.4.44 Сукупність знань про методи здійснення виробничих процесів та наукова дисципліна, що описує, розробляє і вдосконалює зазначені вище способи, процеси та порядок (регламенти, режими) їхнього здійснення – це*

- А. Технологія
- В. Екскурсія
- С. Вступ
- Д. Туризм

*5.4.45 Зі скількох етапів складається підготовка до екскурсії*

- А. 15
- В. 14
- С. 10
- Д. 12

*5.4.46 Вибрати правильне твердження щодо мінімальної тривалості екскурсії*

- А. 30 хв
- В. 45 хв
- С. 60 хв
- Д. 90 хв

5.4.47 *Витвори образотворчого, декоративно-прикладного мистецтва, скульптури й твори інших видів мистецтва, які здебільшого зберігаються й експонуються в музейних умовах – це*

- A. Пам'ятки мистецтва
- B. Пам'ятки археології
- C. Природні об'єкти
- D. Будівлі й споруди

5.4.48 *На скільки груп поділяються методичні прийоми*

- A. 3
- B. 2
- C. 4
- D. 5

5.4.49 *Показати екскурсійні об'єкти, що перебувають перед екскурсантами це*

- A. Завдання показу
- B. Умова показу
- C. Мета показу
- D. Задача показу

5.4.50 *Приєм характеристики – це*

A. Приєм розповіді, що полягає у визначенні відмітних властивостей і якостей предмета, явища, людини

B. Приєм розповіді, за допомогою якого послідовно викладаються особливості об'єктів, їхній зовнішній вигляд

C. Приєм розповіді, в якому форма викладу матеріалу передбачає, крім довідки про історичну подію, розкрити сутність і причини, що її викликали, висвітити внутрішні зв'язки в об'єкті

D. Приєм розповіді, який використовується для об'єктів, які демонструються в процесі розвитку або руху

5.4.51 *До основних технологічних засобів, які використовуються під час екскурсії відносяться*

- A. Наявні в салоні транспортного засобу аудіо й відеоапаратура
- B. Особистий телефон гіда
- C. GPS-навігатор
- D. Комп'ютер

5.4.52 *Приєм розповіді, за допомогою якого повідомляються тільки короткі відомості про спостережуваний об'єкт: дата виникнення, автори, розміри, призначення це*

- A. Приєм екскурсійної довідки
- B. Приєм опису
- C. Приєм характеристики
- D. Приєм пояснення

*5.4.53 Прийом розповіді, за яким в екскурсію вводять точні уривки з художніх творів (проза, вірші), історичних документів та краєзнавчої літератури це*

- A. Прийом цитування
- B. Прийом літературного монтажу
- C. Прийом питань-відповідей
- D. Прийом коментування (репортажу)

*5.4.54 Прийом показу, який становить уявний процес виділення із цілого яких-небудь частин із метою подальшого глибокого спостереження*

- A. Прийом абстрагування
- B. Прийом зорового порівняння
- C. Прийом локалізації
- D. Прийом зорового монтажу

*5.4.55 Прийом показу, що будується на об'єднанні окремих частин спостережуваного об'єкта в єдине ціле*

- A. Прийом інтеграції
- B. Прийом зорової аналогії або асоціації
- C. Методичний прийом руху
- D. Прийом перемикання уваги

*5.4.56 Скільки видів показу можливі під час автобусної екскурсії*

- A. 4
- B. 5
- C. 6
- D. 7

*5.4.57 Скільки існує варіантів методичного прийому руху екскурсії*

- A. 3
- B. 5
- C. 4
- D. 6

*5.4.58 Скільки завдань полягає у показі на екскурсії*

- A. 5
- B. 6
- C. 4
- D. 3

*5.4.59 Скільки існує вимог в екскурсійній техніці*

- A. 10
- B. 11
- C. 12
- D. 13

*5.4.60 Туристична експедиція – це*

A. Колективне відвідування певних об'єктів з пізнавальною або науковою метою

В. Організована багатоденна подорож у малодосліджений район, що здійснюється зі спеціальною дослідницькою метою

С. Пересування на місцевості з пізнавальною, оздоровчою метою, з метою загартовування організму

Д. Рекомендацій із питань організації проведення екскурсії.

*5.4.61 Письмове (а іноді й усне) опитування багатьох за спеціально складеними запитаннями для збирання масового матеріалу, щоб встановити певні закономірності чи явища – це*

А. Візуальний метод

В. Анкетний метод

С. Експедиційний метод

Д. Аналітичний метод.

*5.4.62 Перший національний природний парк в Україні було створено*

А. У 1975 р.

В. У 1980 р.

С. У 1981 р.

Д. У 1983 р.

*5.4.63 На території України нараховується біосферних заповідників*

А. 3

В. 7

С. 6

Д. 5

*5.4.64 Перший національний природний парк у світі*

А. Йосемітський;

В. Єллоустонський;

С. Верштнський;

Д. Бещадський.

*5.4.65 На території України нараховується природних заповідників*

А. 10

В. 17

С. 15

Д. 19.

*5.4.66 Природні та природно-технічні геосистеми, тіла та явища природи (включаючи їх територіальну різноманітність), які володіють комфортними властивостями для рекреаційної діяльності і можуть бути використані для організації відпочинку та оздоровлення певного контингенту людей протягом певного часу – це*

А. Природні ресурси

В. Складові природного комплексу

С. Рекреаційні ресурси

Д. Природні рекреаційні ресурси

5.4.67 Скільки визначень має поняття «Якість екскурсій»

- A. 2
- B. 1
- C. 3
- D. 4

5.4.68 Одне з важливих завдань в обслуговуванні туристів і екскурсантів

- A. Якісне виконання екскурсійної послуги
- B. Надати місце проживання
- C. Забезпечити харчуванням
- D. Отримати грошову винагороду

5.4.69 Екскурсійна майстерність – це

A. Володіння комплексом спеціалізованих вмінь і навичок в екскурсійній діяльності, а також набір професійних якостей притаманних професії екскурсовод

B. Особливий вид мистецтва, який крім власної специфічної професійної основи, включає елементи інших видів майстерності (педагогічної, лекторської та ін.)

- C. Порядок видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу
- D. Порядок контролю та скасування дії дозволу на право здійснення туристичного супроводу

5.4.70. *Tour manager* – це

A. Людина, яка керує і контролює проходження маршруту від імені туроператора

B. Людина, яка проводить екскурсію для відвідувачів на мові, яку вони обрали, інтерпретує культурну і природну спадщину регіону та має відповідну кваліфікацію, яка зазвичай підтверджується вповноваженим органом

C. Представник туроператора, який надає базову допомогу подорожуючим

D. Фахівці туристичного супроводу

5.4.71 Екскурсовод повинен чітко усвідомлювати

A. Загальний рівень підготовки і спрямованості екскурсантів; методика показу об'єктів; історію та перспективи розвитку підприємства; взаємодію служб підприємства в процесі виробництва

B. Функція освіти та виховання; функція організації вільного часу; формування світогляду і системи ціннісних орієнтацій

C. Забезпечення історичної наступності; розширення можливостей для пізнання

D. Розвиток творчої активності особистості; формування національного та професійного самосвідомості

*5.4.72 Професійна майстерність екскурсовода побудована на*

A. Участі в процесі сприйняття взаємодії таких компонентів, як екскурсовод, екскурсант і екскурсійні об'єкти; використанні методичних прийомів проведення екскурсії

B. Основі для самокритичного аналізу власної роботи, об'єктивної оцінки якості проведення екскурсії, ефективності використання методичних прийомів

C. Ефективності екскурсій, також значною мірою залежить і від темпераменту екскурсовода

D. Ідейності і активній життєвій позиції екскурсовода

*5.4.73 Важливою умовою успішного проведення екскурсії є*

A. Володіння екскурсоводом мистецтвом слова

B. Вдосконалення ораторського мистецтва

C. Системність і глибина індивідуального досвіду

D. Вміння одночасно володіти собою та аудиторією

*5.4.74 Практична підготовка*

A. Мінімальна тривалість практичних занять повинна становити 40 % від загальної підготовки

B. Цей блок призначений для того, щоб майбутні гіді отримати правильне уявлення про культурну і історичну спадщину того чи іншого місця і його сталий розвиток

C. Введення в подальші теоретичні предмети: історія і культура; правова та політична система держави

D. Організатори навчання мають відповідати за зміст та якість підготовки, дотримуватися вимоги до викладачів і навчальної бази

*5.4.75 Шляхи підвищення професійної майстерності*

A. Детальна розробка технології методичних прийомів показу та розповіді зважаючи на особливості екскурсійних тем та різні групи населення

B. Здатність надання першої медичної допомоги

C. Створювати атмосферу взаєморозуміння шляхом використання відповідної термінології

D. Шляхом проведення письмових та усних іспитів

*5.4.76 «Положенні про порядок видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу фахівцям туристичного супроводу». Цим Положенням визначаються*

A. Порядок контролю та скасування дії дозволу на право здійснення туристичного супроводу.

B. Представники структурних підрозділів з питань туризму місцевих органів виконавчої влади та громадських організацій

C. Порядок ревізії

D. Порядок ліцензування

*5.4.77 Згідно з діючим Положенням в Україні для роботи на посаді екскурсовода особа-претендент повинна*

- A. Мати базову вищу або повну вищу освіти
- B. Мати досвід роботи
- C. Вчитися на бюджеті
- D. Мати багато грошей

*5.4.78 Фахівці туристичного супроводу для отримання Дозволу мають подати акредитаційній комісії*

- A. Заяву встановленого зразка
- B. Мотиваційний лист
- C. Біографію
- D. Атестат

*5.4.79 Скільки існує чинників, які об'єднують екскурсійну аудиторію*

- A. 6
- B. 5
- C. 7
- D. 2

*5.4.80 Скільки виділяють основних груп мотивів відвідування екскурсії*

- A. Три
- B. Дві
- C. Одна
- D. Чотири

*5.4.81 Інтелектуально-пізнавальні мотиви*

A. Відвідування екскурсії є домінуючими, якщо екскурсанти бажають дізнатися нове, розширити уявлення про предмет або явище, отримати можливість поглибити і систематизувати знання

B. Обумовлюються бажанням зустрітися з прекрасним, побачити колись почуте і те, що вразило уяву

C. Ця група мотивів притаманна для сприйняття та осмисленню мистецтвознавчих, літературних, архітектурно-містобудівних екскурсій

D. Домінують, коли прихід на екскурсію обумовлений не інтелектуально-пізнавальною потребою, а почуттям обов'язку, відповідальності, дисциплінованості

*5.4.82 Типологію екскурсантів залежно від їхнього ставлення до екскурсії як до форми соціально-культурної діяльності, запропонував*

- A. Б. Ф. Омельченко
- B. Г. А. Іванов
- C. І. О. Транхоренко
- D. Д. В. Бесканченко

*5.4.83 До якої групи належать екскурсанти, які дійсно цікавляться темою екскурсії і прагнуть отримати необхідні їм відомості та знання*

- A. Першої психологічної групи



- В. Другої психологічної групи
- С. Третьої психологічної групи
- Д. Четвертої психологічної групи

5.4.84 До якої групи належать екскурсанти, що утворюють *надактивний тип*

- А. Першої психологічної групи
- В. Другої психологічної групи
- С. Третьої психологічної групи
- Д. Четвертої психологічної групи

5.4.85 До якої групи належать екскурсанти *погоджувального типу*

- А. Першої психологічної групи
- В. Другої психологічної групи
- С. Третьої психологічної групи
- Д. Четвертої психологічної групи

5.4.86 Яка група складається з екскурсанти, що відносяться до *конфліктного типу*

- А. Першої психологічної групи
- В. Другої психологічної групи
- С. Третьої психологічної групи
- Д. П'ятої психологічної групи

5.4.87 «Міста як історичні центри розвитку суспільства з різноманіттям їхніх пам'яток, що відбивають розвиток промисловості, культури, науки, архітектури, надають надзвичайно широкі можливості екскурсійного показу» це про

- А. Міську оглядову екскурсію
- В. Історичну екскурсію
- С. Екскурсію на військово-історичні теми
- Д. Екскурсії на архітектурно-містобудівні теми

5.4.88 «Об'єктами історичних екскурсій можуть бути пам'ятники, пам'ятні місця і споруди, пов'язані з історичними подіями, діяльністю історичних особистостей; місця археологічних розкопок, експозиції історичних і краєзнавчих музеїв» це про

- А. Міську оглядову екскурсію
- В. Історичну екскурсію
- С. Екскурсію на військово-історичні теми
- Д. Екскурсії на архітектурно-містобудівні теми

5.4.89 Хто ввів у науковий обіг термін «музеологія»

- А. Дж. Грессе
- В. І. Неуступний
- С. К. Шрайнер
- Д. Д. Шпіц

5.4.90 Що означає в перекладі слово «museion»

- A. Музей
- B. Місце, присвячена музам
- C. Музика
- D. Колекціонування

5.4.91 Діяльність, спрямована на забезпечення тривалого збереження музейних предметів

- A. Реставрація
- B. Консервація
- C. Тезаврування
- D. Документування

5.4.92 Для зберігання предметів у музеї обладнується спеціальне приміщення

- A. Запасник
- B. Склад
- C. Підсобне приміщення
- D. Підвал

5.4.93 Як називаються музейні предмети, виставлені для огляду

- A. Експонат
- B. Музейний стенд
- C. Музейний фонд
- D. Музейне зберігання

5.4.94 Які види музеїв з'явилися в ХХ столітті

- A. Дитячий
- B. Загально-історичний
- C. Археологічний
- D. Архітектурний

5.4.95 Археологічний музей заповідник «Танаїс» є прикладом

- A. Художнього музею
- B. Історичного музею
- C. Природничого музею
- D. Музею ансамблевого типу

5.4.96 Палеонтологічні, антропологічні, географічні, біологічні музеї є

- A. Художніми
- B. Природознавчими
- C. Промисловими
- D. Сільськогосподарськими

5.4.97 Історичні музеї поділяються на

- A. Загальноісторичні
- B. Архітектурні
- C. Педагогічні
- D. Монографічні

*5.4.98 Фонд музейних предметів ділиться на*

- A. Основний
- B. Науковий
- C. Науково-допоміжний
- D. Фонд сировинних матеріалів

*5.4.99 Що не відноситься до шести типів музейних предметів(джерел)*

- A. Археологічні
- B. Речові
- C. Зображувальні
- D. Письмові

*5.4.100 Екскурсія, яка поєднує в собі елементи пізнання з елементами відпочинку*

- A. Екскурсія-прогулянка
- B. Екскурсія-масовка
- C. Екскурсія-лекція
- D. Екскурсія-концерт

## **6. БАНК СИТУАЦІЙНИХ ЗАВДАНЬ З ДИСЦИПЛІН, ВКЛЮЧЕНИХ ДО ПРАКТИЧНОЇ ЧАСТИНИ**

### **6.1. ДИЗАЙН І ТЕХНОЛОГІЇ НАДАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ**

6.1.1. Запропонуйте маршрут екскурсії для туристичної групи з врахуванням їхніх інтересів (історія, природа, гастрономія). Розрахуйте час екскурсії, визначте ключові об'єкти та обґрунтуйте вибір.

6.1.2. Складіть комплексний туристичний пакет для іноземної групи, що включає проживання, харчування, трансфери та екскурсійні програми. Вкажіть орієнтовну вартість.

6.1.3. Турист звернувся із запитом на індивідуальну подорож до гірської місцевості. Складіть пропозицію відповідно до його вимог і бюджету.

6.1.4. Розробіть концепцію нового туристичного продукту для сімейного відпочинку з дітьми, включаючи розваги та послуги, що забезпечують комфорт.

6.1.5. Складіть план корпоративного туру для групи працівників компанії, включаючи командоутворюючі заходи та дозвілля.

6.1.6. Турист незадоволений якістю наданих послуг у готелі. Розробіть план дій для вирішення ситуації.

6.1.7. Проаналізуйте конкурентоспроможність туристичного продукту вашої фірми у порівнянні з аналогічними пропозиціями інших компаній.

6.1.8. Складіть детальний бюджет для групового туру до Європи, враховуючи всі витрати: переліт, проживання, харчування, екскурсії, страховка.

6.1.9. Розробіть програму екотуризму для туристів, які прагнуть зберегти природу, із зазначенням елементів екологічної освіти.

6.1.10. Складіть план туру для групи, до складу якої входять люди з обмеженими фізичними можливостями. Вкажіть, які спеціальні заходи необхідно вжити.

6.1.11. Створіть концепцію рекламної кампанії для просування нового туристичного продукту.

6.1.12. Розробіть меню для групи туристів, враховуючи їхні національні та дієтичні особливості.

6.1.13. Визначте можливі ризики для групового туру до регіону з підвищеною небезпекою (природні катаклізми, епідемії) та розробіть план дій у випадку надзвичайних ситуацій.

6.1.14. Підготуйте презентацію для потенційних клієнтів, в якій детально представлено тур до екзотичної країни.

6.1.15. Розробіть план зустрічі групи туристів в аеропорту, включаючи логістику трансферу до готелю.

6.1.16. Складіть програму гастрономічного туру з акцентом на місцеву кухню регіону.

6.1.17. Проведіть аналіз ринку туристичних послуг у вашому регіоні та визначте, які ніші залишаються незаповненими.

6.1.18. Запропонуйте програму короткострокової подорожі (2–3 дні) для сімейної пари з дитиною. Врахуйте особливості вибору місця проживання, розваг, транспорту та харчування, а також бюджет сім'ї.

6.1.19. Розробіть сценарій тематичної вечірки для туристичної групи (наприклад, вечірка в стилі країни, яку вони відвідують).

6.1.20. Розробіть політику управління скаргами клієнтів та опишіть конкретні дії на прикладі скарги про затримку трансферу.

6.1.21. Складіть програму туру на круїзному лайнері, враховуючи зупинки в портах і екскурсійне обслуговування.

6.1.22. Створіть інформаційний путівник для туристів, що містить опис ключових пам'яток, поради щодо поведінки та місцевих традицій.

6.1.23. Організуйте тур до іншої країни для участі у відомому фестивалі. Врахуйте питання квитків, проживання, трансферу та дозвілля.

6.1.24. Розробіть два варіанти програми туру для одного і того ж регіону – літнього та зимового.

6.1.25. Запропонуйте інноваційний підхід до організації туристичних послуг із використанням сучасних технологій, таких як VR/AR.

## 6.2. ОРГАНІЗАЦІЯ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

6.2.1 Розробіть екскурсійний маршрут для іноземної групи туристів, враховуючи їх інтереси в історії та архітектурі міста. Оцініть час, потрібний для проведення екскурсії.

6.2.2 Визначте структуру та основні етапи підготовки тематичної екскурсії "Архітектурні пам'ятки Харкова".

6.2.3 Опишіть дії екскурсовода в разі екстреної ситуації (погіршення стану здоров'я одного з учасників) під час екскурсії.

6.2.4 Розробіть текст привітання та вступної частини для екскурсії, присвяченої природним паркам вашого регіону.

6.2.5 Оцініть основні потреби та побажання учасників шкільної групи для проведення екскурсії «Культурна спадщина України».

6.2.6 Розрахуйте вартість екскурсії для групи з 20 осіб, враховуючи транспортні витрати, оплату праці екскурсовода та вхідні квитки до музеїв.

6.2.7 Складіть план екскурсії для осіб з обмеженими фізичними можливостями, враховуючи доступність локацій.

6.2.8 Опишіть, як екскурсовод має діяти у випадку, якщо група відстає від графіка через затримку транспорту.

6.2.9 Розробіть сценарій екскурсії для дітей 7-10 років, враховуючи необхідність спрощеного викладу інформації.

6.2.10 Проаналізуйте ключові помилки екскурсовода, які можуть знизити якість екскурсійного обслуговування.

6.2.11 Підготуйте план екскурсії вихідного дня для сімейної групи, що включає активний відпочинок на природі та відвідування культурних об'єктів.

6.2.12 Розробіть варіанти комунікації з туристами різних національностей під час екскурсії.

6.2.13 Опишіть етапи підготовки до проведення тематичної екскурсії на виробничому підприємстві (наприклад, виноробні).

6.2.14 Визначте, як екскурсовод має діяти, якщо група виявляє надмірну зацікавленість однією локацією та не встигає відвідати всі заплановані місця.

6.2.15 Складіть текст прощання для екскурсії, який залишить у туристів позитивне враження.

6.2.16 Розробіть методику взаємодії екскурсовода з групою в умовах поганих погодних умов.

6.2.17 Підготуйте варіант організації віртуальної екскурсії для туристів, які не можуть фізично бути присутніми на об'єкті.

6.2.18 Складіть опис дій екскурсовода в разі конфлікту між учасниками групи під час екскурсії.

6.2.19 Розробіть екскурсійний маршрут, який враховує сезонність та особливості природних умов регіону.

6.2.20 Опишіть принципи адаптації екскурсійного тексту для іноземної аудиторії.

6.2.21 Підготуйте екскурсійний план для корпоративної групи, що включає елементи командоутворення.

6.2.22 Розробіть програму інтерактивної екскурсії для дітей, яка включає ігрові елементи.

6.2.23 Проаналізуйте особливості організації нічної екскурсії містом та складіть її програму.

6.2.24 Опишіть, як екскурсовод має діяти, якщо частина групи загубилася під час екскурсії.

6.2.25 Розробіть рекомендації для туристичної компанії щодо покращення якості екскурсійного обслуговування на основі відгуків клієнтів.