

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

Циклова комісія харчових технологій та готельно-ресторанної справи

ЗАТВЕРДЖЕНО

педагогічною радою ВСП «ХТЕФКДТЕУ»
28 лютого 2024 р. (протокол № 7, п. 3)

ВВЕДЕНО В ДІЮ

наказ від 28.02.2024 р. № 47-О

В.о. директора



_____ Капіталіна ГУРОВА

ПРОГРАМА КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ІСПИТУ

галузь знань	24 Сфера обслуговування (шифр і назва галузі знань)
спеціальність	242 Туризм (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) Освітньо-професійний ступень – фаховий молодший бакалавр
кваліфікація в дипломі	Спеціальність – Туризм Освітньо-професійна програма «Туристичне обслуговування» (кваліфікація відповідно до освітньо-професійної програми)
рік набору	2022 (рік набору)

Харків, 2024 рік

Розробники:

Мітяєва Тетяна Леонідівна, викладач циклової комісії харчових технологій та готельно-ресторанної справи, спеціаліст вищої категорії, кандидат економічних 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 та готельно-ресторанної справи

Вольфсон-Гаршина Наталя Володимирівна, викладач циклової комісії харчових технологій та готельно-ресторанної справи

Гарант освітньо-професійної програми:

Тихонович Вікторія Миколаївна, викладач циклової комісії економіки, управління та адміністрування, спеціаліст вищої категорії, кандидат педагогічних наук, професор

Програму обговорено та схвалено на засіданні циклової комісії харчових технологій та готельно-ресторанної справи, протокол від 21.02.2024 р. № 7.

Голова циклової комісії



Костянтин СЕДИХ

Програму розглянуто та затверджено на засіданні методичної комісії, протокол від 22.02.2024 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:

– всебічних спеціалізованих емпіричних та теоретичних знань у сфері професійної діяльності, усвідомлення меж цих знань;

– широкого спектру когнітивних та практичних умінь/навичок, необхідних для розв'язання складних задач у спеціалізованих сферах професійної діяльності;

– умінь/навичок знаходження творчих рішень або відповідей на чітко визначені конкретні та абстрактні проблеми на основі ідентифікації та застосування даних.

Форма атестації за освітньої програмою «Туристичне обслуговування» – кваліфікаційний іспит.

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

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

– Законом України «Про фахову передвищу освіту» від 06.06.2019 р. № 2745- VIII, Законом України «Про освіту» від 05.09.2017 р. № 2145-VIII;

– Положенням про атестацію здобувачів освіти та екзаменаційну комісію у Відокремленому структурному підрозділі «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж Державного торговельно-економічного університету», затвердженим рішенням педагогічної ради від 31.01.2022 р. (протокол № 5, п. 2);

– Положенням про організацію освітнього процесу у Відокремленому структурному підрозділі «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж Державного торговельно-економічного університету», затвердженим рішенням педагогічної ради від 27.09.2023 р. (протокол № 2, п. 4);

– Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів освіти у Відокремленому структурному підрозділі «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж Державного торговельно-економічного університету», затвердженим рішенням педагогічної ради від 31.01.2022 р. (протокол № 5, п. 2).

2. ПРОГРАМА АТЕСТАЦІЇ

Структура кваліфікаційного іспиту: 1) Ділова українська мова та публічний виступ; 2) Туристичне країнознавство та географія туризму; 3) Дизайн і технології 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. Максимець О. М. Українська мова (за професійним спрямуванням) : конспект лекцій. Мелітополь : Однорог Т. В., 2019. 222 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. Історико-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. Домбровська С. М. Краєзнавство, країнознавство та географія туризму : опорний конспект лекцій. Харків : НУЦЗУ, 2019. 319 с.
2. Лизогуб В. А. Країнознавство : курс лекцій. Харків : Право, 2017. 368 с.

3. Лісовський П. М., Лісовська Ю. П. Країнознавство : навчальний посібник. Київ : Кондор, 2018. 264 с.

2.3. Дизайн і технології надання туристичних послуг

Тема 1. Туристична послуга як складова сфери послуг

Вступ. Поняття туристичної послуги. Роль туристичної послуги в сучасному світі. Основні характеристики туристичної послуги. Особливості споживання туристичної послуги. Сезонність та циклічність туристичних послуг. Класифікація туристичних послуг. Види туристичних послуг за призначенням. Розподіл туристичних послуг за видами та формами. Основні складові туристичної послуги. Подорожні послуги. Проживання та харчування. Екскурсійні та розважальні послуги. Інші додаткові послуги (трансфер, оренда авто, страхування, тощо). Особливості надання туристичних послуг. Комплексність обслуговування. Вплив культурних особливостей на надання послуг. Фактори, що впливають на якість туристичних послуг. Роль туристичної послуги у задоволенні потреб сучасного суспільства.

Тема 2. Виробники і споживачі у сфері туристичного обслуговування

Огляд теми та її значення у сучасній туристичній індустрії. Виробники туристичних послуг. Туроператори та турагенти: їхні функції, роль у формуванні та продажу турів. Готелі та інші місця проживання: класифікація, особливості обслуговування. Транспортні компанії: різновиди транспорту, які використовуються для перевезення туристів. Екскурсійні агентства та гіді: роль у розвитку туризму та організація екскурсійних маршрутів. Інші постачальники послуг: ресторани, туристичні атракції, трансферні компанії тощо. Споживачі туристичних послуг. Індивідуальні туристи: мотивація, вибір туру, особливості витрат. Групові туристи: організація та специфіка групових подорожей. Корпоративні клієнти: корпоративні подорожі, вибір турів для бізнесу. Інші клієнти: учасники конференцій, фестивалів, спортивних подій тощо. Взаємодія між виробниками та споживачами. Клієнтське обслуговування та взаємодія з клієнтами. Проблеми та перспективи розвитку сучасного туризму. Загальна характеристика виробників і споживачів туристичних послуг, їхня роль у розвитку та функціонуванні туристичної галузі.

Тема 3. Технологія надання послуг туристичними фірмами

Загальна характеристика діяльності туристичних фірм. Подібність та розходження у роботі туроператорів і турагентів. Специфіка надання послуг туристичними фірмами. Значення технологій у сучасній туристичній індустрії. Інтернет-технології в туризмі. Онлайн-бронювання турів та готелів. Порівняльні туристичні сайти та системи бронювання. Використання соціальних мереж для просування та продажу турів. Додатки для організації подорожі та спілкування з клієнтами під час подорожі. Використання мобільних платіжних систем у туризмі. Інноваційні технології у туризмі. Використання віртуальної реальності для презентації туристичних об'єктів та атракцій. Використання штучного

інтелекту для персоналізації послуг та аналізу потреб клієнтів. Кібербезпека в туризмі. Заходи для захисту персональних даних клієнтів та туристичної інформації. Проблеми кібербезпеки та способи їх вирішення в туристичній галузі. Вплив технологій на розвиток туризму. Роль технологій у сучасній туристичній галузі та їхнє значення для подальшого розвитку туризму.

Тема 4. Технологія надання послуг засобами розміщення туристів

Роль засобів розміщення у туристичній індустрії. Огляд основних аспектів організації надання готельних послуг. Типи засобів розміщення туристів. Готелі: класифікація, особливості обслуговування, різновиди номерів. Мотелі, хостели, пансіонати та інші варіанти розміщення. Організація роботи готелю. Функціональна структура готелю: рецепція, обслуговування номерів, харчування, адміністрація тощо. Особливості роботи готельної кухні та ресторану. Організація обслуговування гостей. Реєстрація та заселення гостей. Підтримання чистоти та порядку в номерах та загальних зонах. Надання додаткових послуг (пральня, трансфер, консьєрж-сервіс тощо). Управління якістю обслуговування. Вимоги до персоналу готелю. Системи контролю якості обслуговування. Використання онлайн-бронювання та рейтингів готелів. Управління фінансово-господарською діяльністю. Фінансове планування та бюджетування. Формування цін на проживання та додаткові послуги. Значення готельних послуг у туристичній індустрії, основні аспекти організації надання цих послуг та їхня важливість для задоволення потреб туристів.

Тема 5. Харчування в системі туристичного обслуговування

Роль харчування у туристичній індустрії. Огляд основних аспектів організації харчування для туристів. Типи харчування в туристичному обслуговуванні. ВВ (Bed and Breakfast): сніданок включено у вартість проживання. НВ (Half Board): сніданок та один із прийомів їжі включені. FB (Full Board): всі прийоми їжі включені. АІ (All Inclusive): повний комплекс послуг, включаючи харчування та напої. Організація роботи ресторану/столової. Функціональна структура ресторану: кухня, зал обслуговування, бар. Меню та його розробка. Організація обслуговування гостей. Специфіка гастрономічних послуг для туристів. Врахування культурних та дієтологічних особливостей. Сезонність та локальні особливості у харчуванні. Управління якістю харчування. Контроль якості продуктів та готових страв. Системи контролю якості обслуговування. Продаж та просування гастрономічних програм. Співпраця з місцевими виробниками та постачальниками продуктів. Формування цін на харчування та додаткові послуги. Значення гастрономічних послуг у туристичній індустрії, основні аспекти організації надання цих послуг та їхня важливість для задоволення потреб туристів.

Тема 6. Технологія транспортного обслуговування туристів

Роль транспорту у туристичній індустрії. Огляд основних аспектів організації транспортного обслуговування для туристів. Види транспорту в туристичній галузі. Функціональна структура транспортної компанії: відділ

бронювання, обслуговування пасажирів, логістики тощо. Бронювання та продаж квитків. Специфіка транспортного обслуговування для туристів. Комфорт та безпека пасажирів. Організація маршрутів та екскурсій. Управління якістю транспортного обслуговування. Технічне обслуговування та безпека транспортних засобів. Контроль якості обслуговування пасажирів. Маркетинг та просування транспортних послуг. Реклама та просування транспортних компаній. Використання онлайн-систем бронювання та продажу квитків. Значення транспортних послуг у туристичній індустрії, основні аспекти організації надання цих послуг та їхня важливість для задоволення потреб туристів.

Тема 7. Організація розважальних послуг в туризмі

Роль розважальних послуг у туристичній індустрії. Огляд основних аспектів організації розважального відпочинку для туристів. Види розважальних послуг. Екскурсії та оглядові маршрути. Розважальні заходи та шоу програми. Спортивні та активні види відпочинку (гірськолижний відпочинок, велопогулянки тощо). Екстремальні види відпочинку (скайдайвінг, сноубординг, кайтсерфінг тощо). Організація роботи розважальних компаній. Функціональна структура компаній: відділи організації заходів, координації програм тощо. Розробка та планування розважальних заходів. Специфіка розважальних послуг для туристів. Врахування інтересів та потреб різних категорій туристів. Сезонність та локальні особливості розважальних заходів. Управління якістю розважального обслуговування. Контроль якості проведення заходів та задоволення клієнтів. Реклама та просування розважальних програм. Значення розважальних послуг у туристичній індустрії, основні аспекти організації надання цих послуг та їхня важливість для задоволення потреб туристів

Тема 8. Проблема якості надання туристичних послуг

Визначення поняття якості в туризмі та її важливість для задоволення потреб туристів. Фактори, що впливають на якість туристичних послуг. Інфраструктура та умови проживання. Обслуговування та взаємодія з персоналом. Харчування та розважальні можливості. Безпека та комфорт під час подорожей. Проблеми, що виникають у зв'язку з низькою якістю туристичних послуг. Недоліки в обслуговуванні та комунікації з персоналом. Проблеми з інфраструктурою та умовами проживання. Негативний вплив на місцеве середовище та культуру. Способи покращення якості туристичних послуг. Підвищення кваліфікації персоналу та покращення їхнього спілкування з клієнтами. Модернізація інфраструктури та умов проживання. Впровадження систем контролю якості та зворотного зв'язку з клієнтами. Вплив якості туристичних послуг на репутацію та прибутковість підприємств. Роль рекомендацій та відгуків клієнтів у формуванні іміджу підприємств. Важливість створення позитивного враження у туристів для забезпечення повторних візитів. Приклади успішного вирішення проблеми якості надання туристичних послуг у світі. Інноваційні підходи до покращення обслуговування та інфраструктури. Співпраця з місцевими владами та громадськістю у вирішенні проблем. Значення якості надання туристичних послуг для розвитку туристичної галузі та способи її покращення для задоволення потреб туристів.

Рекомендовані джерела інформації

1. Андрущенко О. С. Організація туристичної діяльності: конспект лекцій. Одеса, Одеський державний екологічний університет, 2022, 144 с.
2. Організація туризму : навчальний посібник / МОН України, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини ; укладач : Перепелюк О. М. Умань : Сочінський М. М., 2022. 128 с.

2.4. Організація екскурсійної діяльності

Тема 1 Теоретичні основи екскурsoзнавства

Екскурsoзнавство як основа організації екскурсійної діяльності. Сутність і значення екскурсійної теорії. Сутність і значення екскурсійної методики. Історія екскурсійної справи в Україні.

Тема 2. Екскурсія: сутність, основні ознаки та функції

Основні визначення екскурсії. Екскурсія як вид діяльності та форма спілкування. Екскурсійний продукт та його особливості. Основні ознаки та функції екскурсії. Екскурсійний процес і екскурсійний метод. Особливі елементи екскурсійної діяльності.

Тема 3. Класифікація екскурсій

Значення екскурсій у туристичній індустрії. Огляд основних аспектів класифікації екскурсій. За тривалістю: Короткочасні екскурсії (до 4 годин). Повноденні екскурсії (від 4 до 8 годин). Довготривалі екскурсії (понад 8 годин). За маршрутом: Піший туризм. Автобусні екскурсії. Водні екскурсії (на човнах, кораблях). Велосипедні екскурсії. Поїздові екскурсії. За тематикою: Історичні екскурсії. Культурно-мистецькі екскурсії. Гастрономічні екскурсії. Природничі екскурсії. Паломницькі екскурсії. За формою проведення: Індивідуальні екскурсії. Групові екскурсії. Віртуальні екскурсії. Значення класифікації екскурсій для організації туристичної діяльності та способи її використання для задоволення потреб туристів.

Тема 4. Методика підготовки екскурсії

Значення підготовки екскурсії для якісного та цікавого проведення туристичного заходу. Визначення цілей та завдань екскурсії. Ознайомлення з історією, культурою, природою тощо. Розваги та відпочинок. Навчальні та пізнавальні моменти. Вибір маршруту та локацій. Аналіз цікавих місць та визначення послідовності їх відвідування. Врахування побажань та потреб аудиторії. Підготовка інформаційного матеріалу. Створення текстів для екскурсійного коментаря. Підготовка візуальних матеріалів (фотографії, діаграми, мапи). Організація логістичних аспектів екскурсії. Перевірка готовності всіх елементів екскурсії. Важливість системного та комплексного підходу до підготовки екскурсії для досягнення максимального ефекту та задоволення потреб туристів.

Тема 5. Методика проведення екскурсії

Загальна характеристика методичних прийомів проведення екскурсій. Методичні прийоми показу в екскурсії. Методичні прийоми розповіді в екскурсії. Особливі методичні прийоми проведення екскурсії.

Тема 6. Техніка ведення екскурсії

Роль ведення екскурсії у створенні якісного та пізнавального туристичного досвіду. Підготовка до ведення екскурсії. Ознайомлення з маршрутом та об'єктами екскурсії. Встановлення контакту з учасниками екскурсії. Планування структури розповіді. Організація руху групи. Використання карт, діаграм, фотографій для ілюстрації розповіді. Комунікація з представниками локацій. Відповіді на запитання учасників. Важливість професіоналізму та підготовки в груповому та індивідуальному веденні екскурсій для досягнення максимального ефекту та задоволення потреб туристів.

Тема 7. Професійна майстерність екскурсовода

Складові професійної майстерності екскурсовода. Підготовка екскурсовода. Загальні положення щодо здійснення туристичного супроводу.

Тема 8. Диференційований підхід до екскурсійного обслуговування

Сутність та принципи диференційованого підходу до екскурсійного обслуговування туристів. Особливості проведення різних видів екскурсій.

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. Леоненко Н. А. Організація екскурсійної діяльності: конспект лекцій. Харків : НУЦЗУ, 2019. 167 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 технології 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 виключно у тестовій формі.

Виконання тестів проходить на Порталі навчальних ресурсів Харківського торговельно-економічного коледжу ДТЕУ.

На атестацію рандомно вноситься 40 тестів, час для відповіді – 40 хвилин. Банк тестів – 400 запитань (по 100 з кожної навчальної дисципліни); всі тести мають закриту форму з однією правильною відповіддю.

Оцінювання проводиться за таким критерієм: правильна відповідь – 2,5 бали, неправильна відповідь – 0 балів.

Результати атестації інтерпретуються відповідно до таблиці відповідності.

100-бальна шкала оцінювання, бали	Оцінка за шкалою 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. П. Котляревський
- B. І. Я. Франко
- C. Г. С. 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. О. Потебня
- B. Т. Г. Шевченко
- C. М. В. Гоголь
- D. М. 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. Г. Шевченко
- B. І. Я. Франко
- C. О. 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. Соціо-культурні

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

B. Наявністю чи відсутністю пунктуаційного знаку

C. Наявністю чи відсутністю літери

D. Вибором написання разом, окремо чи через дефіс

5.1.14. Граматичні мовні норми регулюють

A. 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)

B. 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

C. 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)

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

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

A. Буквою або літерою, графемою

- B. Транскрипцією
- C. Словом
- D. Реченням

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

- A. Усі наголошені голосні звуки вимовляються чітко й виразно
- B. Відсутнє акання: голова, молоко, корова
- C. У вимові е та и в ненаголошених позиціях наближуються до своїх

відповідників: стежити, вишневі

- D. М'яко вимовляються шиплячі: ріж, річ, малюєш

5.1.17. Знайдіть слово, яке не входить до розмовної лексики

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

5.1.18. Лексичний повтор допускається в текстах

- A. Наукового та офіційно-ділового стилів
- B. Художнього стилю
- C. Публіцистичного стилю
- D. Розмовного стилю

5.1.19. Лексичні норми встановлюють

- A. Правила слововживання
- B. 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 суржилом, 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. Психолоґістичному
- C. Смісловому (логічному)
- D. Інтонанційному

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. Стилiстично 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. Аксиологічна
- 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
- B. Компроміс, консенсус
- C. Угоду, злагоду
- D. Утвердження власного погляду, перемогу своєї позиції

5.1.66. Виникнення риторики припадає на

- A. Античні часи
- B. Сучасність
- C. Добу Просвітництва
- D. Епоху Відродження

5.1.67. До загальних функцій документа не належить

- A. Інформаційна
- B. Соціальна
- C. Управлінська
- D. Комунікативна

5.1.68. До помилок аргументаційної діяльності не відноситься

- A. Помилки в тезі
- B. Помилки в аргументах
- C. Помилки в демонстрації (формі і способі доведення)
- D. Відступ від тези

5.1.69. До різновидів доповідей не відносять

- A. Політичні
- B. Звітні та ділові
- C. Ювілейні та вітальні
- D. Наукові доповіді

5.1.70. До різновидів суперечки не відносять

- A. Дискусію
- B. Полеміку
- C. Публічний виступ
- D. Диспут або дебати

5.1.71. До розпорядчих документів не відносять

- A. Розпорядження
- B. Наказ
- C. Постанову
- D. Автобіографію

5.1.72. До специфічних функцій документів не належить

- A. Управлінська
- B. Історична
- C. Правова
- D. Культурна

5.1.73. До характерних ознак суперечки не належить

- A. Наявність тези, яку висуває пропонент і антитези, якою відповідає опонент
- B. 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 непереконливості 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. Аристотель 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 відносять

- 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

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

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

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

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

5.2.2. Культурна функція туризму передбачає

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

B. Захист туристичних ресурсів та довкілля

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

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

5.2.3. З економічного погляду, туризм – це

A. Вид споживання, за яким надання духовних і матеріальних благ у вигляді послуг і товарів виокремлює його в своєрідну сферу обслуговування

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

C. Сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності

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

5.2.4. Види туристичних послуг

A. Обов'язкові, необов'язкові та специфічні

B. Обов'язкові, специфічні й додаткові

C. Обов'язкові, специфічні й віртуальні

D. Перспективні, специфічні й додаткові

5.2.5. *Туристичний продукт розшифровують як*

A. «Додаткова послуга»

B. «Пакет благ»

C. «Особливість туризму»

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

5.2.6. *Важливою умовою створення туристичного продукту постає*

A. Наявність транспорту, екскурсорода

B. Наявність території

C. Економічна діяльність

D. 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
- B. У. Ростоу
- C. В. Преображенський
- D. М. Рутинський

5.2.15. *Автор моделі сприйняття туристичного простору є*

- A. А. Льюїс
- B. М. Рутинський
- C. Й. Міссек
- D. В. Кличко

5.2.16. *Модель рекреаційної системи розробив*

- A. В. Преображенський
- B. М. Рутинський
- C. А. Льюїс
- D. В. Штайнмайєр

5.2.17. *Картографічний метод – це*

A. Метод використання карти для визначення певної території
 B. Систематизація й узагальнення результатів географічних досліджень у формі картографічних моделей, карт, картосхем

C. Метод обчислювання та математичного моделювання на карті

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

5.2.18. *Інформатизація в туризмі – це*

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

B. 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

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

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

5.2.19. Метод SWOT-аналізу використовують для

- A. Визначення можливостей розвитку туризму на певній території
- B. Запобігання економічній кризі
- C. Використання як прогнозу щодо туризму на певній території
- D. Відображення якісної економічної політики конкретної місцевості

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

- A. Кадастр туристичного об'єкту
- B. Сертифікат туристичного об'єкту
- C. 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 теорію 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. Гіацинт
- 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 увійшли

- 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, Триумфальна 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
- B. Китай, Єгипет, Франція
- C. Греція, Єгипет, Італія
- D. 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

- A. Культурно-етнографічний туризм
- B. Історико-археологічний туризм
- C. Релігійно-пізнавальний туризм
- D. Військово-історичний туризм

5.2.50. Історико-культурні туристичні ресурси

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

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

C. 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

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

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

- A. США, Канада
- B. Італія, Франція
- C. Китай, Японія
- D. Україна, Мальта

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

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

B. Дає можливість обмінятися досвідом роботи з працівниками інших країн

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

D. 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*

- A. Інтерес археологією країни, відвідання пам'яток старовини, місць розкопок
- B. Інтерес творів образотворчого та інших видів мистецтва, до фольклору, народного промислу, відвідання фестивалів
- C. Інтерес до своєї історії країни, відвідання історичних пам'ятників історії 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. Москва
- 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 історії й пам'яток, тематичних лекцій з історії
- D. Пам'ятники ландшафтної архітектури

5.2.59. *Термін «рекреація»*

- 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 *видів*
- 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 основномісця праці рекреантів, відносяться 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 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
- B. Україна
- C. Франція
- D. Іспанія

5.2.75. Назвіть країну, де давання чайових вважається образою

- A. Україна
- B. Туреччина
- C. Ісландія
- D. Великобританія

5.2.76. Екстремальний туризм – це

- A. Туризм з метою лікування
- B. Різновид туризму, який пов'язаний із певним ступенем ризику, або з позамежними фізичними або психічними навантаженнями в надважких умовах
- C. Відвідування танцювальних заходів
- D. Спеціалізований вид туризму, розрахований, в першу чергу, на створення сприятливих умов для проведення фотографічної зйомки

5.2.77. Один з найпопулярніших видів екстрім-туризму

- A. Відвідування музеїв
- B. Катання на велосипедах
- C. Скелелазіння
- D. пляжний туризм

5.2.78. До атрибутів екстремального туризму НЕ належать

- A. Велосипед
- B. Спецодяг
- C. Спорядження
- D. Захисний шолом

5.2.79. Серед наведених виберіть найбільш непопулярну зону екстремального туризму

- A. Канада
- B. Франція
- C. Україна
- D. Норвегія

5.2.80. Вейкбординг – це

- A. Комбінація водних лиж, сноуборду, скейту і серфінгу
- B. Водні лижі
- C. Сноуборд
- D. Гірські лижі

5.2.81. Рафтинг – це

- A. Гірські походи
- B. Захоплюючий спуск по гірській річці на каное або спеціальних плотах

C. 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 прийматиме 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 прийматиме 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 всвіті 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, розташованої 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. У чому основні особливості продажу турів в діловому туризмі

A. Розробка програми індивідуально для кожного покупця, враховуючи кожену особливість

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 поїздки

A. BITHNES TRAVEL

B. Business Travel

C. Mikle Goat Internation

D. WICR

5.3 Дизайн та технології надання туристичних послуг

5.3.1. Що таке туристична послуга

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

5.3.2. Які види туристичних послуг існують

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

5.3.3. Які фактори впливають на розвиток туристичних послуг

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

5.3.4. Які види туризму існують

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

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. 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

5.3.7. Що включає в себе «готельна послуга»

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

5.3.8. 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

5.3.9. Яким чином туристичні послуги впливають на місцеву економіку

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

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. 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

5.3.12. Які основні тренди в сфері туристичних послуг на сьогоднішній день

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

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. 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

5.3.15. Хто може бути споживачем туристичних послуг

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

5.3.16. 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

5.3.17. 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

5.3.18. 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

5.3.19. 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

5.3.20. 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

5.3.21. 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

5.3.22. 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

5.3.23. 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

5.3.24. 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

5.3.25. Які інструменти часто використовуються туристичними фірмами для онлайн-бронювань

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

5.3.26. 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

5.3.27. Які інструменти допомагають туристичним фірмам в автоматизації бронювань та обробці платежів

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

5.3.28. 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

5.3.29. 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

5.3.30. Які інструменти дозволяють здійснювати віртуальні тури

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

5.3.31. 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

5.3.32. *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

5.3.33. *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

5.3.34. *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

5.3.35. *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

5.3.36. *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

5.3.37. *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

5.3.38. *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

5.3.39. 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

5.3.40. 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

5.3.41. 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

5.3.42. 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»

5.3.43. Які технології використовуються для впровадження концепції «зеленого готелю»

- A. Тільки паперові стакани
- B. Використання відновлюваних джерел енергії, системи контролю споживання енергії, утилізація відходів
- C. Тільки зелений кольоровий дизайн
- D. Лише дерев'яні меблі

5.3.44. Які інструменти допомагають готелям покращити обслуговування клієнтів та зберегти їхні дані

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

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

- A. Лише зниження якості послуг
- B. Віртуальні турніки, системи управління витратами

- C. Тільки власні рекламні кампанії
- D. Лише електронні брошури

5.3.46. 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

5.3.47. 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

5.3.48. 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

5.3.49. 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

5.3.50. 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

5.3.51. 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

5.3.52. Що таке «а-ля-карт» (a la carte) у ресторанах

- A. Лише меню для дітей
- B. Замовлення страв окремо і сплата за кожну страву окремо
- C. Тільки шведський стіл

D. Безкоштовний обід для клієнтів

5.3.53. 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

5.3.54. Які послуги харчування можуть надавати готелі «закуси включено» (*Bed and Breakfast*)

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

5.3.55. Які можливості для харчування доступні у готелях «гальмування включено» (*Half Board*)

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

5.3.56. 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

5.3.57. 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

5.3.58. 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

5.3.59. 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

5.3.60. 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

5.3.61. 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

5.3.62. 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

5.3.63. 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

5.3.64. 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

5.3.65. Що таке «а-ля-карт» (a la carte) у ресторанах

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

5.3.66. 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

5.3.67. Які послуги харчування можуть надавати готелі «закуси включено» (*Bed and Breakfast*)

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

5.3.68. Які можливості для харчування доступні у готелях «гальмування включено» (*Half Board*)

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

5.3.69. 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

5.3.70. 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

5.3.71. 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

5.3.72. 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

5.3.73. 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

5.4.74. 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

5.3.75. 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

5.3.76. 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

5.3.77. 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

5.3.78. 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

5.3.79. 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

5.3.80. 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

5.3.81. Які розважальні послуги найбільше цікавлять любителів пригод у туризмі

A. Тільки екскурсії на музеї

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

C. Тільки кіносеанси

D. Лише гольф

5.3.82. 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

5.3.83. Що означає термін «гастро-туризм» (culinary tourism)

A. Тільки відвідування музеїв

B. Подорожі з метою спробування місцевої кухні та культурних страв

C. Тільки відвідування ферм

D. Лише кулінарні майстер-класи

5.3.84. 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

5.3.85. 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

5.3.86. 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

5.3.87. 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

5.3.88. 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

5.3.89. Які види туристичних послуг найбільше піддаються оцінці якості та рецензіям туристів

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

5.3.90. 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

5.3.91. 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. 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

5.3.93. 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

5.3.94. 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

5.3.95. 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

5.3.96. 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 екскурсіводів

D. Лише об'ємні буклети

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 аспекти включають в собі поняття «якість туристичних послуг»

A. Тільки ціна

B. Вартість послуг

C. Споживча задоволеність, відповідність очікуванням, безпека та комфорт

D. Лише кількість послуг

5.3.99. 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

5.3.100. Які технології дозволяють клієнтам бронювати номери у готелях

- A. Тільки факс
- B. Веб-сайти готелів, мобільні додатки, онлайн-бронювання
- C. Тільки звітні документи
- D. Лише телефонні дзвінки

5.4 Організація екскурсійної діяльності

5.4.1. Коли в Україні започаткували діяльність перші курси екскурсиводів

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

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

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

D. Це 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

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

D. 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

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

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

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

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

5.4.18. Принцип ідейності

A. Експерсії здебільшого мають науковий характер і мають за мету поширення наукових знань

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

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

D. Ефективність експерсії 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

A. Експерсії здебільшого мають науковий характер і мають за мету поширення наукових знань

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

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

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

5.4.20. Переконливість і дохідливість

A. Експерсії здебільшого мають науковий характер і мають за мету поширення наукових знань

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

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

D. Ефективність експерсії 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»

A. Мовні вміння

B. Мімічна й пантомімічна виразність

C. Уміння управляти своїм емоційним станом

D. Володіння елементами режисерських і акторських умінь

5.4.22. З огляду на елементи психології в експерсійній діяльності, скільки виокремлюють фаз в роботі експерсовода

A. 2

B. 5

C. 6

D. 4

5.4.23. До якої фази елементу психології в екскурсійній діяльності відносить «підготовку до екскурсії»

- A. Докомунікативна
- B. Комунікативна
- C. Докомунікативну та комунікативну
- D. Не належить ні до якої

5.4.24. Не є обов'язковою для всіх екскурсій

- A. Наявність теми
- B. Активна діяльність учасників
- C. Заздалегідь спланований маршрут
- D. 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
- E. Аніматор на круїзному судні
- C. 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 відноситься «Краєзнавча» екскурсія

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

5.4.30. До якої теми відноситься «Пізнавальна» екскурсія

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

5.4.31. До якої теми відноситься «Зоологічна» екскурсія

- A. Історична
- B. Природознавча
- 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 формулю 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 місцем 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 9 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

B. Споглядання

C. Одиничні прийоми

D. Вказівки екскурсантів.

5.4.41. Під час показу об'єкта екскурсовод користується

A. Схемою послідовності дій

B. Навичками екскурсовода

C. Довідкою

D. Часом показу.

5.4.42. Правильним твердженням щодо прийому попереднього огляду є

A. Використовується у той момент, коли екскурсанти перебувають на місці розташування пам'ятника

B. Використовується у той момент, коли екскурсанти перебувають в автобусі

C. Використовується у той момент, коли екскурсанти вирушають до місця розташування пам'ятника

D. Використовується у той момент, коли екскурсанти розглядають буклети.

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

A. Визначення відмітних властивостей та якостей предмета

B. Форма викладу матеріалу

C. Довідка про історичну подію

D. 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

A. Технологія

B. Екскурсія

C. Вступ

D. Туризм

5.4.45. Зі скількох етапів складається підготовка до екскурсії

A. 15

- B. 14
- C. 10
- D. 12

5.4.46. *Вибрати правильне твердження щодо мінімальної тривалості екскурсії*

- A. 30 хв.
- B. 45 хв.
- C. 60 хв.
- D. 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. Ціль показу

5.4.50. *Прийом характеристики – це*

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

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

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

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

- A. Прийом екскурсійної довідки
- B. Прийом опису
- C. Прийом характеристики
- D. Прийом 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 перемикування 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

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

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

D. 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

- A. Візуальний метод
- B. Анкетний метод
- C. Експедиційний метод
- D. Аналітичний метод.

5.4.62. Перший національний природний парк в Україні було створено

- A. У 1975 р.
- B. У 1980 р.
- C. У 1981 р.
- D. У 1983 р.

5.4.63. На території України нараховується біосферних заповідників

- A. 3
- B. 7
- C. 6
- D. 5.

5.4.64. Перший національний природний парк у світі

- A. Йосемітський
- B. Єллоустонський
- C. Верштнський
- D. Бещадський

5.4.65. На території України нараховується природних заповідників

- A. 10
- B. 17
- C. 15
- D. 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

- A. Природні ресурси
- B. Складові природного комплексу
- C. Рекреаційні ресурси
- D. 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; методику показу об'єктів; історію та перспективи розвитку підприємства; взаємодію служб підприємства в процесі виробництва

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

С. Забезпечення історичної наступності; розширення можливостей для пізнання

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

5.4.72. Професійна майстерність екскурсовода побудована на

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

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

С. Ефективність екскурсій також значною мірою залежить і від темпераменту екскурсовода

Д. Ідейності і активній життєвій позиції екскурсовода

5.4.73. Важливою умовою успішного проведення екскурсії є

А. Володіння екскурсоводом мистецтвом слова

В. Вдосконалення ораторського мистецтва

С. Системність і глибина індивідуального досвіду

Д. Вміння одночасно володіти собою та аудиторією

5.4.74. Практична підготовка

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

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

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

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

5.4.75. Шляхи підвищення професійної майстерності

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

В. Здатність надання першої медичної допомоги

С. Створювати атмосферу взаєморозуміння шляхом використання відповідної термінології

Д. 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

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

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

С. Порядок ревізії

Д. Порядок ліцензування

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

А. Мати базову вищу або вищу освіти

В. Мати досвід роботи

С. Вчитися на бюджеті

Д. Мати багато грошей

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

А. Заяву встановленого зразка

В. Мотиваційний лист

С. Біографію

Д. Атестат

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

А. 6

В. 5

С. 7

Д. 2

5.4.80. *Скільки виділяють основних груп мотивів відвідування екскурсії*

А. Три

В. Дві

С. Одна

Д. Чотири

5.4.81. *Інтелектуально-пізнавальні мотиви*

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

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

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

Д. 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*

А. Б. Ф. Омельченко

В. Г. А. Іванов

С. 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
- B. Другої психологічної групи
- C. Третьої психологічної групи
- D. Четвертої психологічної групи

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

- A. Першої психологічної групи
- B. Другої психологічної групи
- C. Третьої психологічної групи
- D. Четвертої психологічної групи

5.4.85. До якої групи належать екскурсанти погоджувального типу

- A. Першої психологічної групи
- B. Другої психологічної групи
- C. Третьої психологічної групи
- D. П'ятої психологічної групи

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

- A. Першої психологічної групи
- B. Другої психологічної групи
- C. Третьої психологічної групи
- D. 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

- A. Міську оглядову екскурсію
- B. Історичну екскурсію
- C. Екскурсію на військово-історичні теми
- D. 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

- A. Міську оглядову екскурсію
- B. Історичну екскурсію
- C. Екскурсію на військово-історичні теми
- D. Екскурсії на архітектурно-містобудівні теми

5.4.89. Хто ввів у науковий обіг термін «музеологія»

- A. Дж. Грессе

B. I. Неуступний

C. K. Шрайнер

D. 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
- E. Екскурсія-концерт