

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТРАНСПОРТНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ПРОГРАМА
додакового вступного випробування для вступу на навчання
для здобуття ступеня магістра
за спеціальністю 242 «Туризм» (освітня програма «Туризм»)

Київ 2019

Програму додаткового вступного випробування розроблено фаховою атестаційною комісією для проведення вступних випробувань для вступу на навчання для здобуття ступеня магістра за спеціальністю 242 «Туризм» (освітня програма «Туризм»).

ЗМІСТ

Загальні положення.....	4
Питання, винесені на додаткове вступне випробування	5
Критерії оцінювання підготовленості вступників.....	13

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Додаткове вступне випробування для вступу на навчання для здобуття ступеня магістра передбачає перевірку здатності до участі у фаховому вступному випробуванні осіб, які вступають для здобуття ступеня магістра на основі ступеня (освітньо-кваліфікаційного рівня) бакалавра, здобутого за іншою спеціальністю (напрямом підготовки, який не відповідає обраній спеціальності), ступеня магістра та освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста, здобутого за іншою спеціальністю.

Вступник допускається до подальшої участі у вступних випробуваннях за умови успішного проходження додаткового вступного випробування.

Програма додаткового вступного випробування для вступу на навчання для здобуття ступеня магістра за спеціальністю 242 «Туризм» (освітня програма «Туризм») на основі ступеня (освітньо-кваліфікаційного рівня) бакалавра, здобутого за іншою спеціальністю (напрямом підготовки, який не відповідає обраній спеціальності), який не відповідає обраній спеціальності, ступеня магістра, освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста, здобутого за іншою спеціальністю, розроблена фаховою атестаційною комісією, містить питання з основ спеціальності, які стосуються сутності менеджменту зовнішньоекономічної діяльності в туризмі, туристсько-рекреаційного проектування та маркетингу в туризмі.

Додаткове вступне випробування проводиться у письмовій формі.

Білет додаткового вступного випробування містить три питання за програмою додаткового вступного випробування, які передбачають надання вступником розгорнутої теоретичної відповіді. Відповіді на питання вступник наводить на бланках письмової відповіді.

Додаткове вступне випробування для вступу на навчання іноземних громадян проводиться у формі співбесіди.

Вступнику пропонують три питання за програмою додаткового вступного випробування, які передбачають надання вступником розгорнутої усної теоретичної відповіді.

1. МЕНЕДЖМЕНТ ЗЕД В ТУРИЗМІ

1. Роль зовнішнього фактора в розвитку економіки країни. Історія виникнення міжнародних економічних відносин. Міжнародний розподіл праці та фактори, що його обумовлюють. Етапи розвитку міжнародної економічної інтеграції. Міжнародні об'єднання та їх роль у міжнародних економічних зв'язках. Роль та місце України у світовій економіці.

2. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Регулювання зовнішньоекономічної діяльності на національному рівні. Зовнішньоекономічна політика держави. Методи регулювання ЗЕД державою. Єдиний митний тариф. Нетарифне регулювання. Квотування. Ліцензування. Тарифне регулювання. Види митних тарифів. Митний контроль. Особливості державного регулювання ЗЕД в Україні.

3. Торгівля послугами та інтелектуальними цінностями. Інжинірингові послуги. Види інжинірингу. Комплексний, консультативний, технологічний та загальний інжиніринг. Особливості встановлення цін на інжинірингові послуги. Ліцензія, патент, інтелектуальна власність.

4. Організаційно-правові основи міжнародних комерційних угод.

Форми та методи укладання угод. Основні етапи комерційної угоди. Сфера застосування Конвенції. Укладання договору. Зобов'язання покупця.

5. Зовнішньоекономічний контракт. Функції та завдання контракту. Структура контракту. Визначення якості товару. Показники якості товару. Види цінової політики фірм на зовнішніх ринках.

6. Арбітраж у зовнішньоекономічній діяльності. Рекламация в ЗЕД. Поняття арбітражу в ЗЕД. Органи міжнародного арбітражу та регламентація їх діяльності. Міжнародний Арбітражний Суд при МТП.

7. Організація міжнародних перевезень. Сутність та види міжнародних транспортних перевезень. Морські перевезення. Види фрахтування судів. Залізничні перевезення. Авіаційні перевезення. Автомобільні перевезення. Вибір виду транспорту для здійснення перевезення. Посередники на ринку міжнародних транспортних перевезень.

8. Транзитна система МДП. Історія створення транзитної системи МДП. Призначення та сфера її дії. Основні елементи системи МДП. Міжнародна система гарантій. Основні засади дії системи МДП. Порядок використання книжки МДП.

9. Валютно-фінансові умови зовнішньоекономічних контрактів. Поняття «валюта» та «валютні цінності». Валютні умови контракту. Валютні курси. Валютні ризики та захист від них. Фінансові умови контракту. Види платежів.

10. Організація міжнародних розрахунків. Механізм розрахунків за зовнішньоекономічними угодами. Валютні операції. Валютні ризики. Роль банків у системі розрахунків.

11. Захист від ризиків у ЗЕД. Види ризиків у ЗЕД. Фінансові ризики. Комерційні та інші види ризиків. Методи захисту від ризиків при здійсненні ЗЕД. Сутність страхування. Особливості страхування ЗЕД.

Орієнтовні питання для додаткового вступного випробування

1. Етапи розвитку міжнародної економічної інтеграції.
2. Роль та місце України у світовій економіці.
3. Поняття зовнішньоекономічної діяльності та її види.
4. Транспортні, страхові, банківські послуги.
5. Класифікація суб'єктів ЗЕД за організаційно-правовими формами.
6. Організація роботи зовнішньоекономічної фірми.
7. Зовнішньоекономічна політика держави.
8. Види митних тарифів.
9. Особливості встановлення цін на інжинірингові послуги.
10. Основні етапи комерційної угоди.
11. Функції та завдання контракту.
12. Поняття арбітражу в ЗЕД.
13. Сутність та види міжнародних транспортних перевезень.
14. Основні засади дії системи МДП.
15. Валютні умови контракту.
16. Валютні ризики та захист від них.
17. Механізм розрахунків за зовнішньоекономічними угодами.
18. Роль банків у системі розрахунків.
19. Види ризиків у ЗЕД.
20. Особливості страхування ЗЕД.

Список рекомендованої літератури

1. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16 квітня 1991 р. № 959 –ХП (зі змінами).
2. Закон України «Про Митний тариф України» від 5 квітня 2001 р. № 2371 – III (зі змінами).
3. Митний Кодекс України від 13 березня 2012 р. №4495–VI (зі змінами).
4. Інкотермс 2010. Правила ІСС з використання термінів для внутрішньої та міжнародної торгівлі / Пер. з англійської ТОВ «Асоціація експортерів і імпортерів «ЗЕД». – К. : Асоціація «ЗЕД», 2011. – 268 с.
5. Коментар ІСС до правил Інкотермс 2010. Роз'яснення та практичне використання / Пер. з англійської ТОВ «Асоціація експортерів і імпортерів «ЗЕД». – К. : Асоціація «ЗЕД», 2011. – 216 с.
6. Багрова І.В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств : підр. [для студентів вищих навчальних закладів] [Текст] / І.В. Багрова, Н.І. Редіна, В.Є. Вла-сюк, О.О. Гетьман. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 580 с.
7. Дахно І.І. Управління зовнішньоекономічною діяльністю : навч. посібн. [Текст] / І.І. Дахно, Н.В. Альбіщенко, А.О. Жебровський та ін. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 328 с.
8. Кириченко О.А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності : навч. посібн. [Текст] / О.А. Кириченко. – К. : Знання-Прес, 2002. – 384 с.

9. Кредісов А.І. Управління зовнішньоекономічною діяльністю : навч. посібн. [Текст] / А.І. Кредісов, С.М. Березовенко, Г.М. Биков, В.В. Волошин та ін. – К. : ВІРА-Р, 2002. – 552 с.

10. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг : підр. [для студентів вищих навчальних закладів] [Текст] / М.П. Мальська, Н.В. Антонюк, Н.М. Гапич. – К. : Знання, 2008. – 661 с.

11. Шкурупій О.В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навч. посібн. [Текст] / О.В. Шкурупій, В.В. Гончаренко, І.А. Артеменко та ін. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 248 с.

2. ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНЕ ПРОЕКТУВАННЯ

1. Поняття «проектування» та «проекту». Сучасний світ проектування. Поняття «туристсько-рекреаційний проект». Типи проектів. Поняття життєвого циклу туристичного проекту. Зміст фаз життєвого циклу проекту. Основна діяльність по проектуванню. Оточення туристсько-рекреаційного проекту. Зовнішнє середовище. Учасники туристсько-рекреаційного проекту.

2. Туристський (рекреаційний) продукт, послуга: основні поняття, роль та значення. Різновиди туристсько-рекреаційних продуктів. Попит на туристські послуги. Заходи впливу на вирівнювання попиту. Тенденції зміни попиту та туристичні послуги.

3. Передінвестиційна фаза туристсько-рекреаційного проекту. Формування початкової ідеї туристсько-рекреаційного проекту. Дослідження інвестиційних можливостей. Попереднє проектне рішення. Техніко-економічне обґрунтування туристсько-рекреаційного проекту. Бізнес-план, його призначення і склад. Складання туристсько-рекреаційного бізнес-плану.

4. Поняття туристсько-рекреаційного потенціалу. Складові туристсько-рекреаційного потенціалу. Чинники впливу на туристсько-рекреаційний потенціал. Конкурентоспроможність туристсько-рекреаційного продукту. Розташування туристсько-рекреаційної інфраструктури.

5. Склад та порядок розробки проектної документації. Фінансування туристсько-рекреаційного проекту. Способи та джерела фінансування туристсько-рекреаційних проектів в Україні. Система контролю за фінансуванням. Учасники проектного фінансування. Порядок розробки кошторису. Призначення кошторису. Типи кошторисів.

6. Правове регулювання договірних відносин. Ресурсне забезпечення туристсько-рекреаційного проекту. Види закупок. Вибір постачальників. Розміщення замовлень. Види торгів. Угоди на постачання матеріально-технічних ресурсів. Проектування запасів. Контроль кількості і якості запасів.

7. Організаційні форми управління туристсько-рекреаційними проектами. Організаційні структури управління в туристсько-рекреаційному проектуванні. Контроль і моніторинг. Процес організації та контролю виконання проекту. Складання звітів. Контроль календарних планів і ресурсів.

8. Управління ризиком. Поняття невизначеності та ризику. Види ризиків і їх класифікація. Методи зниження ризику. Зовнішні і внутрішні джерела змін. Прогнозування змін. Вплив змін на туристсько-рекреаційне проектування. Корекція проектно-кошторисної документації. Оцінка наслідків, спричинених змінами.

9. Сучасна концепція управління якістю туристсько-рекреаційного проекту. Якість туристичних послуг. Поняття норм і стандартів. Управління якістю туристсько-рекреаційного проекту. Міжнародна організація по стандартизації. Система стандартів ISO. Сертифікація продукції. Закордонна система сертифікації. Поняття інспекції.

10. Проблеми та перспективи розвитку рекреаційної сфери та туризму в Україні. Сезонність туристичних послуг та шляхи її подолання. Шляхи зростання інвестиційної активності у туристично-рекреаційній сфері. Використання та відтворення ресурсного потенціалу рекреаційних ресурсів. Перспективи туристсько-рекреаційного проектування в Україні.

Орієнтовні питання для додаткового вступного випробування

1. Поняття туристсько-рекреаційного проекту.
2. Учасники туристсько-рекреаційного проекту.
3. Різновиди туристсько-рекреаційних продуктів.
4. Формування продуктових пропозицій в туристсько-рекреаційному проектуванні.
5. Дослідження інвестиційних можливостей.
6. Складові туристсько-рекреаційного потенціалу.
7. Фінансування туристсько-рекреаційного проекту.
8. Способи та джерела фінансування туристсько-рекреаційних проектів в Україні.
9. Основні етапи розробки проектно-кошторисної документації.
10. Державне регулювання ресурсного забезпечення.
11. Процес організації та контролю виконання проекту.
12. Методи зниження ризику туристсько-рекреаційного проекту.
13. Контроль за якістю туристсько-рекреаційних проектів.
14. Міжнародна організація по стандартизації.
15. Закордонна система сертифікації.
16. Сезонність туристичних послуг та шляхи її подолання.
17. Шляхи зростання інвестиційної активності у туристично-рекреаційній сфері.
18. Проблеми та перспективи розвитку рекреаційної сфери та туризму в Україні.
19. Екологічні проблеми розвитку туристсько-рекреаційних систем України та поняття сталого розвитку територій.
20. Використання та відтворення ресурсного потенціалу рекреаційних ресурсів.

Список рекомендованої літератури

1. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України : Методологія та методика аналізу, термінологія, районування : монографія [Текст] / О.О. Бейдик – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2001. – 395 с.
2. Вакуленко А.В. Управління якістю [Текст] / А.В. Вакуленко. – К. : КНЕУ, 2006. – 168 с.
3. Гудзь О.Є. Управління ризиками при реалізації власних бізнесових проєктів (Ризик-менеджмент у малому та середньому бізнесі) : навч. посібн. [Текст] / О.Є. Гудзь, В.С. Рубцов. – К. : Планета людей, 2003. – 88 с.
4. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні [Текст] / В.Ф. Кифяк. – Чернівці : Зелена Буковина, 2003. – 312 с.
5. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг [Текст] / О.О. Любіцева. – К. : Альтерпрес, 2003. – 435 с.
6. Тянь Р.Б. Управління проєктами : підр. [Текст] / Р.Б. Тянь, Б.І. Холод, В.А. Ткаченко. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 224 с.
7. Фоменко Н.В. Рекреаційні ресурси та курортологія : навч. посіб. [Текст] / Н.В. Фоменко. – К. : Центр навчальної літератури, 2007. – 312 с.
8. Чорненька Н.В. Організація туристичної індустрії : навч. посіб. [Текст] / Н.В. Чорненька. – К. : Атака, 2006. – 264 с.
9. Менеджмент туристичної індустрії : навч. посібн. [Текст] / За ред. проф. І.М. Школи. – Чернівці : Книги – ХХІ, 2005. – 596 с.

МАРКЕТИНГ У ТУРИЗМІ

1. Особливості маркетингу в міжнародному туризмі. Визначення маркетингу в сфері туризму. Специфіка туристичного продукту (невідчутність, незбереження, мінливість якості, невіддільність об'єкта і джерела надання послуг, комплементарність, людський фактор, еластичність попиту, нееластичність пропозиції, високі фіксовані ціни). Основні учасники міжнародного ринку туристських послуг. Стратегії проникнення на зарубіжні ринки у сфері туризму. Глобалізація, технологічний прогрес та їх вплив на розвиток туристичного ринку.

2. Сучасні тенденції в міжнародному туризмі та їх вплив на маркетинг. Зміна частоти і тривалості відпусток. Демографічні зміни: збільшення тривалості життя і зростання добробуту. Тенденції до зростання самоосвіти і самовдосконалення під час відпусток. Зростання стурбованості про стан навколишнього середовища. Зміни в способі замовлення турів. Еволюція концепції маркетингу та міжнародний туризм. Визначення маркетингу в міжнародному туризмі. Основні складові маркетингу.

3. Стратегічний аналіз і формування стратегій в міжнародному туризмі. Роль стратегічного планування в туризмі. Основні стадії стратегічного маркетингового планування. Формулювання місії (mission) і «передбачення» (vision). Модель Ендрю Кемпбелла. SWOT аналіз і його застосування в маркетингу

туризму. Маркетингове середовище в туризмі. PEST аналіз та його застосування. Портфельні моделі. Матриця БКГ. Матриця Джeneral Електрик. Матриця Ансоффа. Модель Портера для оцінки конкурентного середовища. Конкурентні позиції. Основні види конкурентних стратегій.

4. Купівельна поведінка в індустрії туризму і фактори, що визначають її. Особистісні характеристики, що впливають на споживчу поведінку. Класифікація подорожуючих на основі рідної мотивації. Класифікація туристів виходячи з відносин. Модель купівельної поведінки в індустрії туризму. Модель прийняття рішення для організованого покупця. Фактори, що визначають поведінку покупця. Модель купівельного центру. Етапи процесу освоєння нового товару. Крива Роджерса.

5. Сегментація туристичного ринку. Сегментація як засіб вибору найбільш перспективного цільового ринку. Ознаки сегментації. Методи сегментації. Основні вимоги до ринкового сегменту. Процес сегментації туристичного продукту. Оцінка і вибір сегментів.

6. Туристський продукт. Поняття «туристичний продукт». Дві концепції: туристський продукт, як поєднання різних компонентів і як серія послідовних процесів. Основні компоненти туристського продукту дестинації. Три рівня продукту: продукт за задумом, у рекламному виконанні, продукт з підкріпленням. Створення конкурентоздатного туристичного продукту. Брендинг та позиціонування туристичного продукту. Переваги, які дає бренд в туризмі.

7. Дистрибуція в туризмі. Глобальна дистриб'юторська система в туризмі (GDS). Основні статті витрат дистриб'юторських систем у туризмі. Основні поняття, що використовуються в системі дистрибуції в туризмі. Основні види каналів дистрибуції в туризмі. Дистриб'юторська система в ланцюзі готелів. 10 основних функцій дистриб'юторського каналу в сфері туризму. Значення попередніх замовлень. Основні причини зростання ролі дистриб'юторських каналів в туризмі та основні принципи революційних змін в них.

8. Просування туристського продукту. Концепція інтегрованих маркетингових комунікацій. Комунікаційний процес і бар'єри. Визначення «реклами» і «зв'язок з громадськістю». Стадії рекламного процесу: визначення цільової аудиторії, креативне планування, медіа планування бюджету, визначення ефективності реклами. Роль рекламних агентів в туризмі. PR в туризмі. Цілі, визначення цільової аудиторії, основні види діяльності, визначення результатів.

9. Роль ціни в маркетинговій «суміші». Маніпулювання ціною з метою регулювання попиту та управління доходами. Основні характеристики туризму, що впливають на ціну. Роль ціни в стратегії і тактиці. Фактори, що визначають ціну. «Yield» менеджмент і сегментація ринку. Стимулювання збуту і «мерчендайзинг». Основні визначення. Пункти продажу. Основні цільові групи для стимулювання збуту: покупці, продавці, дистриб'ютори. Основні «техніки» стимулювання збуту. Маркетингова роль друкованої та електронної інформації в туризмі. Прямий маркетинг.

10. Маркетинг туристських дестинацій. Національні туристські адміністрації та їх роль в маркетингу дестинацій. Стратегія просування. Стратегія

дестинації. Позиціонування дестинації, створення іміджу, брендинг. Маркетингове планування для національних туристських адміністрацій. Аналіз зовнішнього середовища. Державна політика та туристична стратегія. Маркетингове планування. Маркетингові цілі та цільові групи. Визначення бюджету. Маркетинг основних визначних пам'яток, пасажирського транспорту, готельного господарства, туроператорів.

Орієнтовні питання для додаткового вступного випробування

1. Поняття маркетингу.
2. Основні складові маркетингу.
3. Загальні функції маркетингу.
4. Маркетингове середовище: сутність, склад.
5. Фактори зовнішнього середовища туристичної фірми.
6. Фактори внутрішнього середовища туристичної фірми.
7. Визначення маркетингу в міжнародному туризмі.
8. Основні учасники міжнародного ринку туристських послуг.
9. Роль стратегічного планування в туризмі.
10. SWOT аналіз і його застосування в маркетингу туризму.
11. PEST аналіз та його застосування.
12. Модель купівельної поведінки в індустрії туризму.
13. Створення конкурентоздатного туристичного продукту
14. Основні види каналів дистрибуції в туризмі.
15. Комплекс маркетингових комунікацій у туризмі.
16. Особливості комунікацій на ринку туристичних послуг.
17. Маркетингова роль друкованої та електронної інформації в туризмі.
18. Роль рекламних агентів в туризмі.
19. Поняття туристичного бренда регіону.
20. Значення ролі торговельної марки для успіху туристичної послуги.

Список рекомендованої літератури

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг : підр. [Текст] / С.С. Гаркавенко. – 7-е вид. – К. : Лібра, 2010. – 720 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм [Текст] / Ф. Котлер. – 4-е изд. – М. : Юнити-Дана, 2007. – 1045 с.
3. Грінченко Т.Д. Маркетинг : навч. посіб. [Текст] / Т.Д. Грінченко, О.В. Дубовик. – К. : Інкос, Центр навчальної літератури, 2007. – 255 с.
4. Джефкінс Френк. Реклама : практ. посібн. [Текст] / Френк Джефкінс; Пер. з 4-го англ. вид. / Доп. і ред. Д. Ядіна. – 2-ге укр. вид., випр. і доп. – К. : Знання, 2008. – 565 с.
5. Кларк Г. Маркетинг сервиса, приносящего прибыль [Текст] / Г. Кларк; Пер. с англ. – К. : Знання, 2006. – 302 с.
6. Корж М. В. Маркетинг : навч. пос. [Текст] / М.В. Корж. – К. : Центр учебной литературы, 2008. – 344 с.

7. Петруня Ю.Є. Маркетинг : навч. посіб. [Текст] / Ю.Є. Петруня. – 2-ге вид., переробл. і допов. – К. : Знання, 2010. – 351 с.

8. Шинкаренко В.Г. Маркетинговая деятельность автотранспортного предприятия : учебн. пособ. [Текст] / В.Г. Шинкаренко. – Харьков : Мадрид, 2013. – 596 с.

КРИТЕРІЇ
оцінювання підготовленості вступників на додатковому вступному
випробуванні для вступу на навчання для здобуття ступеня магістра
за спеціальністю 242 «Туризм» (освітня програма «Туризм»)

Структура оцінки додаткового вступного випробування

Оцінка додаткового вступного випробування (за шкалою від 100 до 200 балів) складається із суми балів, виставлених фаховою атестаційною комісією в результаті перевірки письмової роботи вступника, виконаної ним на додатковому вступному випробуванні, за відповіді вступника на кожне з трьох питань білета додаткового вступного випробування.

Порядок оцінювання підготовленості вступників

Оцінка додаткового вступного випробування визначається у такому порядку:

1) виставляють бали за відповіді на кожне питання білета додаткового вступного випробування виходячи із наведених нижче критеріїв оцінювання відповідей;

2) обчислюють оцінку додаткового вступного випробування за формулою:

$$O = 100 + \sum_{i=1}^3 B_i,$$

де B_i – кількість балів за відповідь на i -е питання.

Відповіді у чернетці не перевіряються та до уваги не беруться.

Критерії оцінювання відповідей на питання

Відповідь на перше питання білета оцінюється балами від 0 до 34, відповіді на друге та третє питання – балами від 0 до 33.

Відповідь на питання оцінюють виходячи із наведених у таблиці характеристик відповіді.

Кількість балів	Характеристика відповіді
27–34 (33)	Повна, наведена у логічно правильній послідовності відповідь, яка свідчить про всебічні, систематизовані та глибокі знання з поставленого питання; демонструє здатність вступника вільно оперувати здобутими знаннями: диференціювати та інтегрувати їх, відтворювати та аналізувати отриману інформацію, робити обґрунтовані висновки та узагальнення, виявляти й відстоювати власну позицію, переконливо висловлювати думку та чітко формулювати відповідь. Як правило, таку оцінку отримує вступник, який відповів на питання не менше ніж на 90 %. Відповідь оцінюють у максимальну кількість балів тільки за умови надання вичерпної відповіді на питання.
20–26	Досить повна, без суттєвих неточностей, наведена у логічно правильній послідовності відповідь, яка свідчить про ґрунтовні та систематизовані знання з поставленого питання; демонструє здатність вступника впевнено оперувати здобутими знаннями: відтворювати та аналізувати отриману інформацію, пояснювати основні закономірності, робити висновки, чітко висловлювати думку та формулювати відповідь. Як правило, таку оцінку отримує вступник, який відповів на питання на 70–90 %.
13–19	Не зовсім повна, із неточностями та окремими незначними помилками, наведена в основному у правильній послідовності відповідь, яка свідчить про задовільні знання з поставленого питання, демонструє здатність вступника відтворювати основну інформацію відповідно до поставленого питання. Як правило, таку оцінку отримує вступник, який відповів на питання на 50–70 %.
1–12	Фрагментарна, із суттєвими неточностями та принциповими помилками відповідь, яка свідчить про неповноту знань з поставленого питання, демонструє наявність у вступника утруднень при відтворенні інформації відповідно до поставленого питання. Як правило, таку оцінку отримує вступник, який відповів на питання менше ніж на 50 %.
0	Відповідь не надано або надана відповідь не відповідає поставленому питанню

Оцінка додаткового вступного випробування від 100 до 119 балів вважається незадовільною.

КРИТЕРІЇ
оцінювання підготовленості вступників на додатковому вступному
випробуванні (співбесіді) для вступу на навчання для здобуття ступеня
магістра за спеціальністю 242 «Туризм» (освітня програма «Туризм»)
іноземних громадян

Структура оцінки додаткового вступного випробування (співбесіди)

Оцінка додаткового вступного випробування (за шкалою від 0 до 100 балів), проведеного у формі співбесіди, складається із суми балів, виставлених фаховою атестаційною комісією за результатами співбесіди зі вступником на додатковому вступному випробуванні за відповіді на кожне з трьох питань для співбесіди.

Порядок оцінювання підготовленості вступників

Оцінка додаткового вступного випробування, проведеного у формі співбесіди, визначається у такому порядку:

- 1) виставляють бали за відповіді на кожне питання для співбесіди виходячи із наведених нижче критеріїв оцінювання відповідей;
- 2) обчислюють оцінку додаткового вступного випробування за формулою:

$$O = \sum_{i=1}^3 B_i ,$$

де B_i – кількість балів за відповідь на i -е питання для співбесіди.

Критерії оцінювання відповідей на питання

Відповідь на перше питання для співбесіди оцінюється балами від 0 до 34, відповіді на друге та третє питання – балами від 0 до 33.

Відповідь на питання оцінюють таким чином:

від 27 до 34 (33) балів ставлять вступнику, який надав повну, у логічно правильній послідовності відповідь, яка свідчить про всебічні, систематизовані та глибокі знання з поставленого питання; демонструє здатність вступника вільно оперувати здобутими знаннями: диференціювати та інтегрувати їх, відтворювати та аналізувати отриману інформацію, робити обґрунтовані висновки та узагальнення, виявляти й відстоювати власну позицію, переконливо висловлювати думку та чітко формулювати відповідь. Як правило, таку оцінку отримує вступник, який відповів на питання не менше ніж на 90 %. Відповідь оцінюють у максимальну кількість балів тільки за умови надання вичерпної відповіді на питання;

від 20 до 26 балів ставлять вступнику, який надав досить повну, без суттєвих неточностей, у логічно правильній послідовності відповідь, яка свідчить про ґрунтовні та систематизовані знання з поставленого питання; демонструє здатність вступника впевнено оперувати здобутими знаннями: відтворювати та аналізувати отриману інформацію, пояснювати основні закономірності, робити висновки, чітко

висловлювати думку та формулювати відповідь. Як правило, таку оцінку отримує вступник, який відповів на питання на 70–90 %;

від 13 до 19 балів ставлять вступнику, який надав не зовсім повну, із неточностями та окремими незначними помилками, в основному у правильній послідовності відповідь, яка свідчить про задовільні знання з поставленого питання, демонструє здатність вступника відтворювати основну інформацію відповідно до поставленого питання. Як правило, таку оцінку отримує вступник, який відповів на питання на 50–70 %;

від 1 до 12 балів ставлять вступнику, який надав фрагментарну, із суттєвими неточностями та принциповими помилками відповідь, яка свідчить про неповноту знань з поставленого питання, демонструє наявність у вступника утруднень при відтворенні інформації відповідно до поставленого питання. Як правило, таку оцінку отримує вступник, який відповів на питання менше ніж на 50 %;

0 балів ставлять вступнику, який не надав відповідь на поставлене питання або надана вступником відповідь не відповідає поставленому питанню.

Оцінка проведеного у формі співбесіди додаткового вступного випробування від 0 до 59 балів вважається незадовільною.