

Сумський державний педагогічний університет ім. А.С.Макаренка

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ**

до практичних занять та самостійної роботи

з дисципліни «АНГЛІЙСЬКА МОВА»

для студентів спеціальності 6.140103 «Туризм» денної форми навчання

Суми  
2013 р.

Підготовлено канд.пед.н. викладачем кафедри теорії та практики романо-германських мов *М.М. Чикаловою*

Затверджено на засіданні кафедри теорії та практики романо-германських мов (протокол № 13 від 28.06.2013 р.)

*Схвалено Вченою радою Сумського державного педагогічного університету імені А.С.Макаренка*

**Чикалова М.М.** МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ до практичних занять та самостійної роботи з дисципліни «АНГЛІЙСЬКА МОВА» для студентів спеціальності 6.140103 «Туризм» денної форми навчання. – Суми : СДПУ, 2013. – 52 с.

Методичні вказівки містять пояснювальну записку, тематичний план дисципліни «Англійська мова»; загальні рекомендації щодо організації самостійної роботи з дисципліни; вказівки до виконання завдань; вимоги до іспиту; питання для самоконтролю; список літератури.

## З М І С Т

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА .....	2
ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ТА СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ .....	6
ЗАГАЛЬНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ З ДИСЦИПЛІНИ .....	10
ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ ЗАВДАНЬ .....	15
ВИМОГИ ДО ІСПИТУ .....	30
ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ .....	47
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ .....	51

## **ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА**

У сучасній системі підготовки фахівців вивчення іноземних мов займає одне з провідних місць. Нині туризм є невід'ємною складовою глобального проекту розвитку міжнародних відносин. Знання англійської мови потрібне майбутнім фахівцям туризму для успішного виконання професійних функцій на регіональному та міжнародному рівнях.

Методичні вказівки до практичних занять та самостійної роботи розроблені відповідно до плану і робочої програми дисципліни «Англійська мова» та призначені для студентів спеціальності 6.140103 «Туризм» денної форми навчання освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр».

**Мета** вивчення курсу «Англійська мова» – послідовне засвоєння лексики сфери туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, формування навичок усного мовлення, роботи з документами, фаховою літературою тощо.

### ***Основні завдання дисципліни:***

- засвоїти набутий обсяг знань англійською мовою з метою доповнення вже відомої інформації;
- ознайомитися із загальноприйнятими світовими стандартами;
- навчитися використовувати набуті знання й уміння в комунікативному аспекті англійською мовою;
- навчитися вільно спілкуватися англійською мовою в туристичній сфері.

Вивчення дисципліни «Англійська мова» передбачає засвоєння навчального матеріалу не лише під час аудиторних занять, але й у формі самостійної роботи, призначеної формувати практичні навички роботи студентів із спеціальною літературою, орієнтувати їх на індивідуальну інтенсивну роботу, критичне осмислення набутих знань та поглиблене вивчення теоретичних і практичних проблем туріндустрії для підвищення якості професійної підготовки кадрів для підприємств туристичного, готельного та ресторанного бізнесу.

Самостійна робота над засвоєнням навчального матеріалу з дисципліни «Англійська мова» може виконуватися в бібліотеці, навчальних кабінетах та лабораторіях, а також в домашніх умовах. Згідно навчального плану дисципліни на самостійну роботу студентів відведено 90 годин. Раціональна організація самостійної роботи вимагає від студента умілого розподілу свого часу між аудиторною та позааудиторною роботою. Виконання завдань із самостійної роботи є **обов'язковим** для кожного студента.

Методичні вказівки до практичних занять та самостійної роботи студентів містять пояснювальну записку, тематичний план дисципліни «Англійська мова»; загальні рекомендації щодо організації самостійної роботи з дисципліни; вказівки до виконання завдань; вимоги до іспиту; питання для самоконтролю; список літератури.

Фінальною формою практичних занять та самостійної роботи є підготовка до іспиту. Вона базується на систематичному вивченні питань, що розглянуті на аудиторних заняттях, а також проблемних питань, досліджених самостійно, та вмінні логічно викладати їх сутність.

## ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН

При вивченні дисципліни «Англійська мова» студент повинен ознайомитися з програмою навчальної дисципліни, з її структурою, формами та методами навчання, видами та методами контролю знань.

Тематичний план дисципліни «Англійська мова» складається з чотирьох модулів, кожен з яких об'єднує в собі відносно окремі самостійні блоки змістових модулів, які логічно пов'язують тематичну спрямованість дисципліни.

Навчальний процес здійснюється в таких формах: практичні заняття та самостійна робота студента. Тематичний план дисципліни наведений в табл. 1, детальна структура – у табл. 2.

**Таблиця 1.** Тематичний план дисципліни «Англійська мова» для студентів спеціальності 6.140103 «Туризм» денної форми навчання освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр».

Номер		Назва розділу	Розподіл годин		Разом
№ з/п	Модулі		Практичні	Самостійна робота	
1	1	Індустрія гостинності (Hospitality Industry). Види мандрівок та відпочинку. Митниця та митний контроль.	34	20	54
2	2	Професії у туризмі. Резюме, CV та супровідний лист. Правила їх написання та подання роботодавцеві. Інтерв'ю.	34	20	54
3	3	Визначення та класифікація готелів. Організація готельних послуг. Індустрія послуг харчування.	28	25	53
4	4	Валюта. Банківські послуги. Ділова кореспонденція. Етикет телефонних розмов. Діловий етикет.	30	25	55
<b>5</b>		<b>Всього:</b>	<b>126</b>	<b>90</b>	<b>216</b>

**Таблиця 2.** Структура навчальної дисципліни «Англійська мова» для студентів спеціальності 6.140103 «Туризм» денної форми навчання освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр».

Тема	Граматичний матеріал	Кількість годин			Форма контролю
		Всього кредитів /годин	Практ. заняття	Самостійна робота	
<b>Модуль 1.</b>		<b>1,5/54</b>	<b>34</b>	<b>20</b>	
<b>Змістовий модуль 1.1</b>		<b>0,5/18</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	
<b>Тема 1.</b> <i>Індустрія гостинності. Туризм. Види мандрівок та відпочинку. Бізнес-тури.</i>	Англійський алфавіт. Фонетична транскрипція. Дієслова «to be», «to have». Числівники.		4	2	Поточний тест ЗМ 1.1
<b>Тема 2.</b> <i>В аеропорту. На залізничному вокзалі. Морська подорож.</i>	Займенники. Типи запитальних речень. Прийменники часу та місця. Артиклі.		6	2	
<b>Тема 3.</b> <i>Мова туризму. Лексичний тренінг.</i>	Порядок слів у реченні. Конструкції <i>This is..., these are..., that is..., those are...</i> Ступені порівняння прикметників та прислівників. Теперішній простий час.		2	2	
<b>Змістовий модуль 1.2</b>		<b>0,5/16</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	
<b>Тема 4.</b> <i>Знайомство, вітання, подяка, форми звертання.</i>	Теперішній тривалий час. Порівняння теперіш. тривалого та простого часів. Неозначені займенники <i>any, some</i> . Зворот <i>to be going to ...</i> Простий майбутній час. Модальні дієслова <i>can, must, may, should/would, etc.</i> Порівняння вивчених часів. Визначення часу за годинником.		2	2	Поточний тест ЗМ 1.2
<b>Тема 5.</b> <i>Назви країн та національностей. Подорожі країнами світу. Огляд визначних місць.</i>			6	2	
<b>Тема 6.</b> <i>Мови та культура спілкування.</i>			2	2	
<b>Змістовий модуль 1.3</b>		<b>0,5/20</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	
<b>Тема 7.</b> <i>Митниця. Митний та паспортний контроль. Перевірка та перевезення багажу.</i>	Повторення часових форм. Звороти <i>there is..., there are....</i> еквіваленти модальних дієслів. Неправильні дієслова.		6	4	

<b>Тема 8.</b> Основні правила митниці в Україні та за кордоном.	Минулий простий час. Структура короткої відповіді в різних часових формах. Конструкція: дієслово <i>like+verb+ing</i> .		<b>6</b>	<b>4</b>	<b>Поточний тест ЗМ 1.3</b> <b>Модульний тест</b>
<b>Модуль 2.</b>		<b>1,5/54</b>	<b>34</b>	<b>20</b>	
<b>Змістовий модуль 2.1</b>		<b>0,5/18</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	
<b>Тема 9.</b> Професії у туризмі. Туристичні оператори та агенти. Їхні обов'язки.	Пасивний стан дієслова у теперішньому, минулому простому, майбутньому та теперішньому завершеному часах.	<b>0,6/20</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>Поточний тест ЗМ 2.1</b>
<b>Тема 10.</b> Гіди-перекладачі. Робота з іноземними туристами. Читання та літературний переклад фахової літератури.	Прислівники <i>too, enough</i> . Повторення вивчених часових форм. Теперішній завершений час.		<b>6</b>	<b>4</b>	
<b>Змістовий модуль 2.2</b>			<b>12</b>	<b>8</b>	
<b>Тема 11.</b> Популярні туристичні дестинації. Планування екскурсій та турів.	Минулий завершений час. Порівняння часових форм. Невизначені займенники <i>much, many, a lot of</i> . Порівняльні конструкції за допомогою слів <i>... than..., much/ a lot..., a little/ a bit..</i>	<b>0,6/20</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>Поточний тест ЗМ 2.2</b>
<b>Тема 12.</b> Професійний етикет. Культура професійного мовлення.			<b>6</b>	<b>4</b>	
<b>Змістовий модуль 2.3</b>		<b>0,4/14</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	
<b>Тема 13.</b> Резюме, CV. Супровідний лист. Правила їх написання та подання роботодавцеві.	Вираження запланованої майбутньої дії за допомогою конструкцій: <i>to be +Ving; to be going to do smth.</i> Майбутній подовжений та завершений часи.		<b>6</b>	<b>2</b>	<b>Поточний тест ЗМ 2.3</b> <b>Модульний тест</b>
<b>Тема 14.</b> Інтерв'ю з роботодавцем. Правила проведення та поведіння.	Герундій та інфінітив. Прислівники вираження частотності: <i>by next year, in two weeks, tomorrow evening, in the nearest future.</i> Порівняння вивчених часових форм.		<b>4</b>	<b>2</b>	



<b>Модуль 3.</b>		<b>1,5/53</b>	<b>28</b>	<b>25</b>	
<b>Змістовий модуль 3.1</b>		<b>0,8/28</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	
<b>Тема 15.</b> <i>Поняття «готель», визначення та типи готелів. Класифікація готелів.</i>	Конструкції <i>would you like some...?, Can I have some...?, How about some ...? How much is/are...? Can I have...?</i> Математичні дії з числівниками.		<b>6</b>	<b>6</b>	<b>Поточний тест ЗМ 3.1</b>
<b>Тема 16.</b> <i>Скорочення у сфері готельного бізнесу та графічні позначення.</i>			<b>4</b>	<b>4</b>	
<b>Тема 17.</b> <i>Персонал готелю. Організація готельних послуг. Бронювання номерів у готелі.</i>			<b>6</b>	<b>4</b>	
<b>Змістовий модуль 3.2</b>		<b>0,7/25</b>	<b>12</b>	<b>11</b>	
<b>Тема 18.</b> <i>Індустрія послуг харчування. Види закладів харчування у сфері туризму.</i>	Пряма й непряма мова. Конструкція <i>the Future-in-the-Past.</i> Погодження часів.		<b>6</b>	<b>5</b>	<b>Поточний тест ЗМ 3.2</b> <b>Модульний тест</b>
<b>Тема 19.</b> <i>Бронювання. Замовлення меню. Види меню. Надання рахунку. Розрахунок.</i>			<b>6</b>	<b>6</b>	
<b>Модуль 4.</b>		<b>1,5/55</b>	<b>30</b>	<b>25</b>	
<b>Змістовий модуль 4.1</b>		<b>0,5/18</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	
<b>Тема 20.</b> <i>Валюта. Назви валюти різних країн світу.</i>	Часові форми з <i>since..., for...</i> Складний додаток. Складний підмет.		<b>4</b>	<b>4</b>	<b>Поточний тест ЗМ 4.1</b>
<b>Тема 21.</b> <i>Банківські послуги.</i>			<b>6</b>	<b>4</b>	
<b>Змістовий модуль 4.2</b>		<b>0,5/19</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	
<b>Тема 22.</b> <i>Ділова кореспонденція.</i>	Умовні речення та їх типи. <i>Wish-sentences.</i>		<b>3</b>	<b>3</b>	<b>Поточний тест ЗМ 4.2</b>
<b>Тема 23.</b> <i>Контракти. Види контрактів.</i>			<b>3</b>	<b>3</b>	
<b>Тема 24.</b> <i>Правила ведення ділових переговорів.</i>			<b>4</b>	<b>3</b>	
<b>Змістовий модуль 4.3</b>		<b>0,5/18</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	
<b>Тема 25.</b> <i>Телефон. Телефонний етикет. Електронна пошта.</i>	<b>Повторення граматичного матеріалу</b>		<b>6</b>	<b>4</b>	<b>Поточний тест ЗМ 4.3</b> <b>Модульний тест</b>
<b>Тема 26.</b> <i>Замовлення за номером телефону.</i>			<b>4</b>	<b>4</b>	
					<b>Іспит</b>

## **ЗАГАЛЬНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ З ДИСЦИПЛІНИ**

Відповідно до навчального плану з кожної теми курсу проводяться практичні заняття. Викладач рекомендує студентам основну й додаткову літературу, а також методичні рекомендації до самостійної роботи та до організації практичних занять з дисципліни. У методичних вказівках з кожної теми наведено перелік питань для самостійної підготовки до практичних занять.

У системі різних форм навчального процесу у вищих навчальних закладах особливе місце належить практичним заняттям, на яких викладач не лише надає студентам основну інформацію, а й навчає розмірковувати, аналізувати, допомагає опанувати ключові знання, а також спрямовує самостійну роботу студента.

Практичні заняття збагачують і закріплюють теоретичні знання студентів, розвиваючи їх творчу активність, допомагають у набутті практичних навичок роботи за предметом навчальної дисципліни.

У процесі підготовки до практичних занять самостійна робота студентів – обов'язкова частина навчальної роботи, без якої успішне та якісне засвоєння навчального матеріалу неможливе. Це свідчить про необхідність керування самостійною роботою студентів з боку викладача завдяки проведенню цілеспрямованих організаційних і контрольних заходів.

Обов'язковим елементом успішного засвоєння навчального матеріалу дисципліни «Англійська мова» є самостійна робота студентів з вітчизняною та зарубіжною спеціальною літературою з фахових питань сфери туризму. Самостійна робота є основним засобом оволодіння навчальним матеріалом у час, вільний від нормованих навчальних занять, тобто практичних занять (аудиторної роботи).

*Основні види самостійної роботи*, на які повинні звертати увагу студенти:

- закріплення матеріалу, вивченого під час аудиторних занять;
- робота з опрацювання та вивчення рекомендованої літератури;
- самостійна підготовка до практичних занять та інших видів пропонуваніх викладачем завдань;
- робота над рефератом, виступом, презентацією тощо;
- самоперевірка студентом власних знань за допомогою запитань для самодіагностики;
- підготовка до проміжного та підсумкового контролю.

Активізація самостійної роботи студентів відіграє особливу роль для підвищення ефективності професійної підготовки фахівців для сфери туризму, яка передбачає максимальну активність студента в освітньому процесі, його самостійне планування власної діяльності, виявлення в ній помилок, недоліків і, відповідно, коригування подальших пізнавальних дій. Самостійна робота спрямована на закріплення, поглиблення отриманих знань, а також на вивчення та засвоєння нового матеріалу, що сприяє самоосвіті й самовихованню студентів, формуванню таких якостей як працьовитість, організованість, самостійність мислення, ініціатива. В якості самостійної роботи студентам пропонуються підготовка рефератів, доповідей, вивчення заздалегідь зазначених тем, питань до практичних занять тощо. У процесі самостійної роботи студент набуває значного багажу знань і умінь, здатності аналізувати й оцінювати сучасні життєві ситуації, успішно вирішувати професійні завдання, вміло організовувати власну пізнавальну діяльність, що сприяє підвищенню рівня професійної освіти випускника спеціальності «Туризм».

У випадку, коли студент не може самостійно розібратися з якогось питання, він може отримати консультацію у викладача (згідно з графіком

проведення консультацій викладачем іноземної мови). Добре організовані консультації дозволяють спрямувати самостійну роботу в потрібному напрямі, зробити раціональною та підвищити її ефективність.

Самостійна робота студентів спеціальності «Туризм» з оволодіння іноземною мовою включає: вивчення англійських слів; розуміння правил словотвору та граматичних правил; читання текстів англійською мовою вголос; розуміння текстів; прослуховування аудіо-текстів з метою отримання навичок коректної вимови слів та інтонаційного оформлення речень, а також сприйняття на слух змісту повідомлень; складання питань та відповідей до різних частин текстів; літературний переклад (усний та письмовий).

Для досягнення високого рівня оволодіння мовою, слід систематично тренувати пам'ять шляхом вивчення англійських слів, виразів, стійких словосполучень, віршів, діалогів тощо. Необхідно пам'ятати, що здібності розвиваються в процесі кропіткої роботи.

### **РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО САМОСТІЙНОГО ОПРАЦЮВАННЯ**

#### **НАВЧАЛЬНОГО МАТЕРІАЛУ ТА ПІДГОТОВКИ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ:**

- слід пам'ятати просте правило: краще щодня присвячувати навчанню по 30-40 хвилин, аніж засвоювати навчальний матеріал великими частинами безпосередньо перед заняттям, заліком, іспитом тощо;
- відводити частину часу повторенню раніше вивченого матеріалу;
- намагатися використовувати різні технічні засоби для вивчення англійської мови (з поєднанням слухового та зорового сприйняття);
- особливу увагу приділяти перегляду фільмів та реклами англійською мовою, прослуховуванню аудіозаписів носіїв мови, які відтворюють реальне мовне середовище; спілкуванню з іншими вітчизняними та іноземними студентами по телефону тощо. Систематичне прослуховування звукозаписів допомагає домогтися правильної вимови та інтонаційного звучання.

Щоб розуміти літературу, яку Ви читаете, необхідно опанувати достатньою кількістю слів і виразів. Для цього рекомендується регулярно читати навчальні тексти англійською мовою, газети й оригінальну літературу за фахом.

### РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ЧИТАННЯ ТЕКСТІВ ЗА ТЕМОЮ «ТУРИЗМ ТА ТУРИСТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ» АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ

(окрім ділової кореспонденції та нормативних документів)

1. Прочитати назву тексту та перекласти її.
2. Переглянути всі виноски незнайомих слів або словосполучень.
3. Уявити собі, про що може бути цей текст.
4. Прочитати речення.
5. Знайти й перекласти *знайомі* слова.
6. Спробувати здогадатися про значення *незнайомих* слів.
7. Не затримуватися на незнайомому слові, якщо загальний зміст є зрозумілим.
8. Якщо зміст речення не зрозумілий, звернутися до словника й виписати незнайомі слова в словник з їх подальшим обов'язковим вивченням.
9. Слова та словосполучення, які слід знати для подальшої роботи за фахом, доцільно виписувати на окремі картки та регулярно повторювати їх, використовуючи у різноманітних ситуативних реченнях.

При перекладі з англійської мови на рідну і навпаки текстів, реклами, повідомлень, фахової літератури; під час спілкування з представниками інших неангломовних національностей потрібно пам'ятати про:

– **Багатозначність слів** (наприклад, **competition** означає змагання, конкуренція, *конкурс* тощо; **free** – вільний, чистий, *без оплати* тощо; **service** – послуга, сервіс, *обслуговування*, сфера діяльності тощо; **tips** – корисна інформація, практичні поради, підказка, *чайові* тощо).

Підібрати значення слова, яке відповідає туристичній спрямованості можна, лише виходячи з контексту.

– **Інтернаціоналізми.** В англійській мові значне місце займають слова, запозичені з інших мов, в основному з латинської та грецької. Ці слова одержали широке поширення і стали інтернаціональними. За коренем таких слів легко здогадатися про їх переклад російською мовою.

Наприклад, *declaration* – декларація, *atom* – атом, *economy* – економія, економіка, *candidate* – кандидат і т.д.

Однак слід пам'ятати, що більшість інтернаціоналізмів розходяться у своєму значенні в англійській та українській/російській мовах, тому їх часто називають «фальшивими друзями» перекладача. Наприклад, *accurate* – точний (а не *акуратний*), *to control* – керувати (а не тільки *контролювати*), *biscuit* – печиво (а не *бісквіт*) *deputy* – дублер, заступник (а не лише *депутат*) і т.ін.

Таким чином, студент повинен бути здатним ефективно спілкуватися англійською мовою у професійному середовищі, щоб обговорювати навчальні та пов'язані зі спеціалізацією питання; готувати публічні виступи з фахових питань; знаходити нову інформацію в англомовних фахових матеріалах, аналізувати англомовні джерела інформації для отримання даних для виконання професійних завдань і прийняття професійних рішень; писати професійні тексти, документи, ділові та професійні листи англійською мовою, демонструючи навички крос-культурних комунікацій та попередні знання в конкретному професійному контексті; перекладати англомовні професійні тексти рідною мовою, користуючись двомовними термінологічними та електронними словниками, програмним забезпеченням перекладацького спрямування тощо.

## ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ ЗАВДАНЬ

Основним засобом підвищення ефективності організації самостійної роботи студентів при вивченні іноземної мови є створення інформаційно-методичного забезпечення, що відповідає меті навчального процесу. Дидактичні матеріали є засобом управління самостійною роботою студентів і включають професійно-орієнтовані завдання з урахуванням рівня підготовки, міжпредметних зв'язків, цілей і етапів навчального процесу у вищому навчальному закладі. У табл. 3 висвітлено теми практичних занять; види самостійної роботи для студентів спеціальності «Туризм» та перелік рекомендованих літературних джерел для активізації пошуку.

**Таблиця 3.** Рекомендовані завдання для самостійного опрацювання дисципліни «Англійська мова» для студентів спеціальності 6.140103 «Туризм» денної форми навчання освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр».

№ з/п	Назва теми	Вид самостійної роботи	Кількість Годин	Літературне джерело
<b>Семестр I</b>				
Модуль 1	Індустрія гостинності (Hospitality Industry). Види мандрівок та відпочинку. Митниця та митний контроль.	1. Підготовка до практичних занять, поповнення термінологічного словника. 2. Складання діалогу за темою «Знайомство» 3. Твір на тему «Мій улюблений вид подорожі» 4. Підготувати та вивчити правила проходження митниці.	<b>20 год.</b>	1. Iwonna Dubicka, Margaret O’Keeffe. English for International Tourism. Students’ Book. Pre - Intermediate. - Longman – 143 p.  2. О.А Письменная. Английский для международного туризма. Учебник. – К.: ООО «ИП Логос М», 2006. – 384 с.  3. С.Частник, Г.Коробка. Английский язык для менеджеров международного туризма и гостиничного бизнеса. – М.: Эксмо, 2005. -160 с.

Модуль 2	Професії у туризмі. Резюме, CV та супровідний лист. Правила їх написання та подання роботодавцеві. Інтерв'ю.	1. Вивчити лексику за темою. 2. Підготувати питання до інтерв'ю. 3. Описати свою власну туристичну агенцію.	<b>20 год.</b>	1. Iwonna Dubicka, Margaret O'Keefe. English for International Tourism. Students' Book. Pre - Intermediate. - Longman – 143 p.  2. О.А Письменная. Английский для международного туризма. Учебник. – К.: ООО «ИП Логос М», 2006. – 384 с.  3. С.І.Буданов, А.О.Борисова. Ділова англійська мова. – Torsing publishing House, 2009.-288 с.
<b>Семестр II</b>				
Модуль 3	Визначення та класифікація готелів. Організація готельних послуг. Індустрія послуг харчування.	1. Написати твір-роздум «Готель моєї мрії. Яким я його бачу». 2. Підготувати розповідь «Культура харчування народів світу».	<b>25 год.</b>	1. Mikhailov N.N.. English. Hotel, Restaurant and Tourist Business: Учебное пособие. - М.: АCADEMA, 2003.-159 стр.  2. С.І.Буданов, А.О.Борисова. Ділова англійська мова. – Torsing publishing House, 2009.-288 с.
Модуль 4	Валюта. Банківські послуги. Ділова кореспонденція. Етикет телефонних розмов. Діловий етикет.	1. Скласти діалог «Відкриття рахунку в банку» 2. Скласти приклад контракту.	<b>25 год.</b>	1. С.І.Буданов, А.О.Борисова. Ділова англійська мова. – Torsing publishing House, 2009.-288 с.  2. Iwonna Dubicka, Margaret O'Keefe. English for International Tourism. Students' Book. Pre - Intermediate. - Longman – 143 p.

## Модуль 1.

### Завдання 1. Види туризму

*Вибрати один із наведених видів туризму та дати йому власне пояснення.*

**Health tourism** has always existed. In England, it was associated with spas, places with supposedly health-giving mineral waters, treating diseases from many disorders and bronchitis.

**Winter tourism.** Winter sports were a natural answer for a leisured class looking for amusement during the coldest season.

**Mass tourism.** Mass travel could only develop with improvements in technology allowed the transport of large numbers of people in a short space of time



to places of leisure interest, and greater numbers of people began to enjoy the benefits of leisure time.

**Tourist Guide** is a person who guides visitors in the language of their choice and interprets the cultural and natural heritage of an area.

A tourist guide is a person who leads groups of people around a town, museum, or other tourist venue. A tourist guide provides a commentary on the features and history of the location, the tours can be from as little as 10-15 minutes to extended periods over many days. Considerable importance is placed on the guide's knowledge of local stories, history and culture depending on the location of the tour.

*· Adventure travel · Agritourism · Archaeological tourism · Ecotourism · Extreme tourism · Religious tourism · Sports tourism · Volunteer travel · Water tourism · Wildlife tourism · Leisure travel*

## **Завдання 2. Promoting a Destination**

*У таблиці описано позитивні та негативні риси Британії як туристичної дестинації. Чи згодні Ви зі всіма твердженнями? Додайте до таблиці Ваші власні вподобання чи заперечення.*

<b>Product strengths</b>	<b>Product weaknesses</b>
Friendly people	Lack of foreign language skills especially good-quality, on-site Interpretation in other languages
Historic cities/pleasant countryside Attractive coastline Good shopping facilities	Litter end pollution, particularly in London and on some polluted beaches
Many types of accommodation Good network of Tourist Information Centres	Limited supply of modern budget accommodation in urban areas and on transit routes Limited booking services for some types of accommodation (e. g. self-catering and farmhouses)
Channel Tunnel Toll-free motorways Widespread availability of lead-free petrol	Insufficient investment in connecting road/rail transport links High rail/tube fares Perceived difficulty of driving on the left
Wide variety of good cuisine	Perceived high costs Perceived low quality by some visitors
Good choice of language schools	Variable standards

High standards of health and hygiene Free press/media Politically stable	Poverty and violence in a number of inner cities
Attraction of the Royal family/historical traditions/ceremonies	

### **Завдання 3. Travelling**

*Підготуватися до практичних занять за темою «Travelling»:*

1. У тлумачних словниках англійської мови знайти визначення понять: **trip, journey, tour, excursion, cruise** та вміти пояснити різницю між ними.
2. Підготуватися до обговорення активних та пасивних видів подорожей:
  - 2.1. Скласти тематичний словник (не менше 7 слів на кожний вид подорожі).
  - 2.2. Схематично зобразити розподіл на активні та пасивні види подорожі.
  - 2.3. Заповнити таблицю, враховуючи власний досвід:

<b><i>Type of Travelling</i></b>	<b><i>Advantages</i></b>	<b><i>Disadvantages</i></b>
by air (plane)		
by train		
by car		
by bus		
by ship		
hiking		
hitch hiking		

## **Модуль 2.**

### **Завдання 1. A travel agency**

1. Прочитати текст.
2. При перекладі дотримуватися норм літературного перекладу.
3. Виписати підкреслені слова – переклад адаптувати до змісту тексту.
4. Сформулювати основну думку прочитаного.
5. Графічно зобразити основний зміст (у вигляді таблиці, схеми, діаграми).
6. Зробити презентацію в навчальній групі.

A travel agency is a business that sells travel related products and services, particularly package tours, to end-user customers on behalf of third party travel suppliers, such as airlines, hotels, tour companies, and cruise lines. In addition to dealing with ordinary tourists, most travel agents have a special department devoted

to travel arrangements for business travellers, while some agencies specialize in commercial and business travellers. Some agencies also serve as general service agents for foreign travel companies in different countries.

### **1.1. Origins**

The British company, Cox & Kings is sometimes said to be the oldest travel agent in the world, but this rests upon services that the original bank (established in 1758) supplied to its wealthy clients. However, the modern travel agent first appeared in the second half of the nineteenth century. Thomas Cook, in addition to developing the package tour, established a chain of agencies in the last quarter of the nineteenth century, in association with the Midland Railway. They sold their own tours to the public, and represented other tour companies.

Travel agencies became more commonplace with the development of commercial aviation starting in the 1920s.

### **1.2. Types of Agencies**

There are three different types of agencies: these are Multiples, Miniples and Independent Agencies.

The former comprise a number of national chains, often owned by international conglomerates.

The smaller chains are often based in particular regions or districts.

Independent Agencies usually cater for a special or niche market. Some cater to the needs of residents in towns or suburbs, or concentrate upon a particular area or group, or an activity such as sports (servicing the needs of football supporters).

### **1.3. Consolidators**

Travel consolidators or wholesalers are high volume sales companies that are sometimes specialized in a niche. They may or may not offer various types of services at one single point of access. These can be for example hotel reservations, flights, or car-rental. Sometimes the services are combined into vacation packages that include transfer to the location and lodging. These companies do not usually sell directly to

the public but act as fulfilment for retail companies. As the travel industry has changed we see more and more consolidators selling directly to the public. The sole purpose of wholesalers is to sell ethnic niches in the travel industry. There is no consolidator that offers everything. All travel companies can sell you whatever you may be looking for.

#### **1.4. The Internet in Travel Agencies' activity**

With the advent of general public access to the internet, many airlines and other travel companies began to sell directly to passengers. Since 1997, travel agencies gradually became victims of disintermediation.

Many travel agencies have developed an internet presence by posting a website, with detailed travel information. Full travel booking sites are often complex, and require the assistance of outside travel technology solutions providers, who provide up to the minute, detailed data on tens of thousands of flight, hotel, and car rental vacancies.

Some online travel sites allow visitors to compare hotel and flight rates with multiple companies for free. They often allow visitors to sort the travel packages by amenities, price, and or proximity to a city or landmark.

All travel sites that sell hotels online work together with numerous outside travel agents. Once the travel site sells a hotel, one of the supplying travel agents is contacted and will try to get a confirmation for this hotel. Once confirmed or not, the customer is contacted with the result. This means, that booking a hotel on a travel website will not get you an instant answer. Only some of the hotels on a travel website can be confirmed instantly (which is normally marked as such on each site).

#### **1.5. Cargo**

A small number of companies work with cargo airlines and ships which are connected to cargo business.

## Завдання 2. CV and Resume

1. Прочитати текст.
2. При перекладі дотримуватися норм літературного перекладу.
3. Сформулювати основну думку прочитаного.
4. Підготувати своє власне CV та резюме за умови закінчення університету та отримання диплома магістра.

### **Seven Tips For CVs And Resumes**

When you apply for a job, you are usually asked to send a CV or resume. This is a history of your education and work experience. Here are 7 tips for CVs and resumes in English:

#### **Tip 1: Use design that demands attention**

Employers don't have time to read through each of your job descriptions to know if you have the skills they need. The design of your CV must do it for them. Your CV should be concise, well-organized and relevant. It should emphasize the most important and relevant points about your experience, skills and education.

#### **Tip 2: Use "power words"**

To control the image that an employer has of you, use power words that match the position you want. Certain words are used frequently by recruiters in their job descriptions. You should study recruiters' advertisements and job descriptions and use these words in your CV and covering letter.

#### **Tip 3: A number is worth 1,000 words**

Numbers are alive and powerful. They create images in our minds. General statements are easy to ignore. Be specific! Use numbers when describing your duties and achievements.

#### **Tip 4: Put important information first**

List important information at the beginning of your job descriptions. Put statements in your CV in order of importance, impressiveness and relevance to the job.

### **Tip 5: Sell benefits, not skills**

Holiday companies don't sell holidays. They sell relaxation, adventure, sun, sea and sand (the benefits of a holiday). You should not sell your skills (many other people have the same skills). You should sell the benefits of your skills. When you write your skills and past duties, you can explain their benefits to the employer.

### **Tip 6: Solve the employer's (hidden) needs**

Employers want people who can solve problems, not create them! Your CV and cover letter should show how you can solve the employer's problems and needs.

### **Tip 7: Target the job**

You will have more success if you adjust your CV and cover letter for the specific skills an employer is seeking. This means that you would write one CV for one particular job and a different, modified, CV for another job.

*Перекласти слова, написати транскрипцію слів з урахуванням професійного спрямування:*

eips	skills	recruiter	benefits
design	concise	advertisement	empoyee
demands	relevant	alive	needs
employer	power	impressiveness	target

## **Модуль 3.**

### **Завдання 1. Hotels**

1. Прочитати текст.
2. При перекладі дотримуватися норм літературного перекладу.
3. Сформулювати основну думку прочитаного.
4. Знайти у тексті слова-інтернаціоналізми.
5. Розширити за допомогою додаткової інформації опис одного із видів готелів та вказати на його переваги перед іншими.

### **Kinds of Hotels**

A hotel is an establishment that provides lodging paid on a short-term basis. Hotels are a great option when traveling nationally or internationally. There are a

number of lodging options of which you can take advantage. While each option is different, all offer a number of services for families and persons on the go.

### **Transient Hotels**

A hotel is classified as transient when at least 75 percent of guests are not permanent residents. Located largely in major cities, states and countries around the world. Most transient hotels offer guests daily and weekly rates as well as amenities like spa, fitness centers, Internet access and newspaper services. Transient hotels provide commercial services that make statewide and international travel easier and more convenient. Travelers planning a vacation or business trip to a large international city like Paris (France), Florence (Italy) or London (England) can choose from a variety of service packages and lodging types based on individual needs. Marriott is an example of a transient hotel that can be found in the U.S. and around the world (including France, Italy and the United Kingdom).

### **Residential Hotels**

A hotel is classified as residential when it offers long-term residential options like apartments and other services to guests in search of permanent residence. Chiefly characterized by its suitability to permanent residents, a residential hotel provides reduced rates or package deals for long-term lodging. A great lodging option for business persons being relocated by their employer to a new location, residential hotels offer general amenities like bar, newspaper service, nonsmoking rooms, safety deposit box, soundproofed rooms, heating and storage. Many residential hotels operate as large apartment buildings that offer large-capacity rooms, maid service, a dining room and in-room meal service. You can find residential hotels everywhere including beaches and seashores, scenic and historic areas, ski parks and parks as well as urban and metropolitan cities. For example, Casa Playa is a residential hotel.

### **Resort Hotels**

Sometimes classified as luxury hotels, resort hotels offer travelers and vacationers in search of luxury a wider range of lodging and meal options. While

some resort hotels operate on a seasonal basis, many operate continuously throughout the year. Catering to families, singles and people who recently got married on vacation, resorts offer themed lodging and other attractions. From spas and themed living quarters to large outdoor and indoor swimming options, resorts are established to provide contained attractions, where guests don't necessarily have to leave the resort for entertainment. For example, a resort might offer dance lessons or comedy shows in addition to regular amenities like room service, Internet access and in-room meal service. The Ritz-Carlton Orlando, Grande Lakes is an example of a resort hotel. **A motel (motor hotel)** is a hotel which is for a short stay, usually for a night, for motorists on long journeys. It has direct access from the room to the vehicle (for example a central parking lot around which the buildings are set), and is built conveniently close to major roads and intersections.

## **Завдання 2. The Hotel of my Dream**

1. Підготувати «Твір-роздум «Мій власний готель. Яким я його бачу.»
  - 1.1. Придумати назву готелю.
  - 1.2. Описати готель.
  - 1.3. Намалювати схему готелю.
  - 1.4. Підготувати прайс-лист.
  - 1.5. Виділити в тексті слова та словосполучення, які підкреслюють особливості та переваги готелю (обладнання та інші засоби надання сервісу).

## **Модуль 4.**

### **Завдання 1. Etiquette**

1. Прочитати текст.
2. При перекладі дотримуватися норм літературного перекладу.
3. Сформулювати основну думку прочитаного.
4. Додати свої власні приклади.
5. Зробити презентацію в навчальній групі.



## **Rules of etiquette**

Rules of etiquette have varied all over the world at different times in history. The customs dealing with hospitality furnish good examples of this.

The sending of invitations has long played a significant role in the etiquette of hospitality. Among the first people to use invitations were the North American Indians. One of their methods was to burn messages in buckskin, which were then carried by runners to all the intended guests. In Shakespeare's time invitations in *England* were written on large sheets of whitepaper and colorfully decorated. Pages or messengers carried them to the prospective guests, from whom answers were usually required. It was considered insulting to issue invitations any other way. But today, mailing or telephoning invitations are acceptable ways of getting guests together.

To early man, hospitality meant sharing food and shelter with friends or strangers. This has remained one of the chief ways of expressing friendship. Among the *Bedouin Arabs*, for example, it is considered ill-mannered and insulting to ride up to a man's tent without stopping to eat with him. A ceremony of hospitality among the Bedouin is the coffee-brewing ritual.

Another such ritual is the chanoyu, or tea ceremony, of Japan.

A guest *in Japan* is given small candies and cakes, which are served on pieces of paper. To be polite, he must wrap the food he cannot finish in the paper and carry it away with him.

*In the United States* too, hostesses often give their guests food to take home, such as a piece of cake from a birthday party.

Many other rituals have been used to make guests feel welcome. Early *Greeks* gave salt to a guest as a symbol of hospitality.

Arabs poured melted butter on the hands of their guests to refresh them. In *Arab lands* today, a guest must be careful not to admire his host's possessions, because if he does the host will offer them to him.

Among *the North American Indians*, smoking a tobacco pipe, the calumet, was the chief ritual of hospitality. Passing around the calumet became a feature of tribal gatherings for making peace.

### **Table manners**

Table manners evolved along with the development of hospitality. The ancient Greeks did not use knives, forks, or spoons for eating. They used their fingers to eat solid foods, which were cut into small pieces before being served. They drank liquids directly from vessels or sopped them up with bread.

*The Romans* did not use individual plates but took food with their fingers directly from the platters.

*The Egyptians* also shared a common dish.

*The Chinese* traditionally use chopsticks to eat solid foods, which are prepared in small pieces. In addition to their normal use during a meal, chopsticks may be used to send a signal to the host. Placing them across the top of a bowl is a sign that the guest wishes to leave the table.

Table knives and forks were uncommon *in Europe* as late as the 17th century. People carried their own knives, which they took out and used whenever large portions of food were served. Today the use of the knife and fork varies in different countries. In *the United States*, the knife is held in the right hand and the fork in the left. After the food is cut, the knife is put down and the fork is transferred to the right hand. In most European countries the fork remains in the left hand.

Nations as well as individuals follow rules of etiquette. In their dealings with each other, the nations of the world developed a system of international courtesy known as protocol. The establishment of an order of precedence among diplomatic representatives is one of the most important matters of protocol. Today, for instance, diplomats rank one another according to their length of service in a nation's capital. In the United Nations, however, the delegates of each country are regarded as equals and are seated according to the alphabetical order of the countries they represent.

Since diplomats symbolize their countries, any discourtesy shown to them is considered a discourtesy to their countries. Thus, a violation of diplomatic courtesy might endanger international relations and even become a cause for declaring war.

## **Завдання 2. Etiquette in different countries**

1. *Прочитати текст.*
2. *При перекладі дотримуватися норм літературного перекладу.*
3. *Підготувати словничок нових термінів та понять.*
4. *Зробити презентацію в навчальній групі.*

### **Etiquette in Turkey**

Turkey's geographic location – on the border between Europe and the Middle East and Asia - has had some influence on the country's culture as well as its popularity with tourists. The fusion of east meets west is most apparent in Turkey's cities with the rural communities retaining many more of the old customs and traditions. However, wherever you chose to visit in Turkey, you should always be aware of some important rudimentary rules of etiquette.

#### ***The Importance of Religion***

Turkey is a Muslim country, and many Islamic customs are integrated into society and the etiquette practised on a day-to-day basis. First and foremost, dressing and behaving modestly is a sign of respect in modern Turkey. Outside of a tourist resort, if women in particular are not dressed appropriately, they can attract unwanted reactions from Turkish people. It is best if women try to cover their arms and shoulders, and wear longer dresses. Men should try to keep their shoulders covered when out in public, and it is best to opt for longer trousers in the less tourist-driven areas.

If visiting a mosque, the dress code demands that women should cover their head, shoulders, arms and legs, taking care not to show ankles or feet. In both cases, shorts are not considered appropriate attire for men or women.

You should be aware that during the month of Ramadan, Muslims will fast from dawn until dusk. Some Muslims may drink alcohol, but devout Muslims will not. You should avoid excessive drinking and associated loutish or overzealous behaviour, as it will be seen as disrespectful.

### ***Body Language and Gesticulating***

Turkish people have some decidedly different gesticulations, so it is wise to learn what these are to avoid any confusion or embarrassment. Firstly, be aware that some rural areas, where religion has more of an influence over everyday customs and behaviour, women and men are expected to keep some distance apart in public. Therefore handholding, hugging and kissing are not undertaken. Even handshakes and eye contact between the sexes may be avoided. However in more urban locations, this is much more relaxed and there is a lot of integration between men and women. Handshakes and a kiss on each cheek between men and women are common forms of meeting and greeting.

Personal space between the same sexes is much smaller than in many Western countries, so you can expect to be hustled or shunted when queuing or in a crowded place.

The way in which a Turkish person will indicate 'Yes' is similar to the Western practice, in that it is just a small nod of the head downwards. However, 'no' is indicated by a nod of the head upwards, often with raised eyebrows or a sharp intake of air through the front teeth.

With sitting, the proper etiquette is that the soles of your feet, even when wearing sandals or shoes, should also stay flat to the floor, and should never be pointed directly at anybody. This would be seen as ignorant and disrespectful.

You might also find that you innocently make a vulgar gesture to a Turkish person – be aware that the 'OK' sign is actually a very rude and provocative signal, as is placing your thumb between your index and middle finger. Avoid these gestures at all costs!

## **Dining Etiquette**

If invited into a Turkish person's home, the proper etiquette is to bring a gift with you to show your humbleness and gratitude. Small decorative pieces, sweets and pastries are the most common gifts, and you should remember to include children when offering gifts. Families are integral to Turkish society, so including the children will be seen as a very thoughtful and kind gesture. Alcohol may be given as a gift, but remember that not all Turkish people actually drink it.

## ВИМОГИ ДО ІСПИТУ

*Підсумковий контроль* проводиться у формі екзамену. До складання екзамену допускаються студенти, що мають задовільну кількість балів із складених тестів з основних навчальних елементів змістових модулів, написання реферату (тез, доповіді) та інших завдань, передбачених програмою дисципліни.

Екзамен здійснюється за екзаменаційними білетами, які містять три питання (два теоретичних питання і одне практичне завдання) і дають можливість здійснити оцінювання знань студента за всією дисципліною «Англійська мова». Екзаменаційне завдання оцінюється за 4-бальною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно).

Студенти повинні:

1. Прочитати оригінальний текст англійською мовою обсягом 1800 друкованих знаків. Дозволяється користуватися словником.
2. Усно перекласти текст обсягом 25 речень з української мови на англійську (за тематикою, визначеною для кожного етапу навчання).
3. Зробити усне повідомлення обсягом 20–25 речень за широким спектром тем, вивчених впродовж навчального року. Монологічне висловлювання обов'язково повинно включати лексико-граматичний матеріал, засвоєний протягом семестру, відповідати мовним нормам, бути логічним і послідовним.

*1. Для одержання оцінки 5 (відмінно) студент повинен:*

- укластися в установлений термін підготовки відповіді;
- викладати теоретичний матеріал чітко, коротко, зв'язно й обґрунтовано;
- уміти оперативно розібратися в запропонованій ситуації, грамотно оцінити її та обґрунтувати ухвалені рішення;
- упевнено відповідати на запитання викладача;

2. Для одержання оцінки 4 (добре) студент повинен:

- укластися в установлений термін підготовки відповіді;
- викладати теоретичний матеріал обґрунтовано й зв'язно;
- не викликати проблем у виборі рішення при аналізі запропонованої ситуації;
- уміти обґрунтувати ухвалені рішення;
- добре відповідати на запитання екзаменатора.

3. Для одержання оцінки 3 (задовільно) студент повинен:

- викладати теоретичний матеріал у доступній для розуміння формі;
- розібратися у запропонованій ситуації і розробити пропозиції щодо її вирішення;
- позитивно відповідати на запитання екзаменатора;
- допускаються недостатньо впевнені й чіткі відповіді, але вони повинні бути правильні.

4. Оцінку 2 (незадовільно) одержують студенти, відповіді яких можуть бути оцінені нижче вимог, сформульованих у попередньому пункті.

На підготовку відводиться одна академічна година.

Приклад екзаменаційного білета подано на рис. 1.

<p><b>Сумський державний педагогічний університет ім. А.С.Макаренка</b> <b>Інститут фізичної культури</b> Спеціальність - <b>6.140103 «Туризм»</b> Семестр - <b>II</b> Навчальна дисципліна - <b>«Іноземна мова (англійська)»</b> <b>ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1</b></p> <p>1. <b>Читання</b> вголос незнайомого тексту; літературний переклад тексту, <b>анотування</b> тексту (№ 1). 2. <b>Граматика</b>: ступені порівняння прикметників, винятки, підсилення. 3. <b>Монологічне мовлення</b>: «Kinds of Tourism».</p> <p><b>Затверджено на засіданні кафедри</b> теорії та практики романо-германських мов протокол № __ від “__” _____ 20__ р. Зав. кафедри _____ (_____) Екзаменатор _____ (_____) (підпис) (прізвище, ініціали) (підпис) (прізвище, ініціали)</p>
---

Рис. 1– Зразок екзаменаційного білета

Кожне завдання екзаменаційного білета оцінюється окремо. Загальна оцінка дорівнює середній арифметичній із суми оцінок кожного завдання. Якщо одна з оцінок «незадовільно», то загальна оцінка не може бути вищою за «задовільно».

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни «Іноземна мова» визначається як загальна оцінка, яка враховує оцінки з кожного виду контролю (оцінки проміжного контролю за роботу протягом семестру та оцінка за результатами підсумкового екзамену).

У відповідності з набраними студентом балами за Модулями оцінка знання матеріалу проводиться за 4-бальною системою та перераховується в систему оцінювання за шкалою ECTS згідно з Методикою переведення показників успішності знань студентів (табл. 4).

**Таблиця 4 – Шкала оцінювання: національна та ECTS**

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		Для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	Для заліку
90-100	A	ВІДМІННО	Зараховано
82-89	B	ДОБРЕ	
74-81	C		
64-73	D	ЗАДОВІЛЬНО	
60-63	E		
35-59	FX	НЕЗАДОВІЛЬНО з можливістю повторного складання	Не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	НЕЗАДОВІЛЬНО з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	Не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни



## ***ВАРІАНТИ ТЕКСТІВ ДО ЕКЗАМЕНАЦІЙНИХ БІЛЕТІВ***

### **Варіант 1**

#### **How to plan your trip**

How to find exactly what you want? If you plan a few days of the good life, see your travel agent. If you don't have one, look in the yellow pages for the one nearest you. Ordinarily such services cost you nothing. If there is a charge, it's never much, usually for extra phone calls, telegrams, etc.

The agent will help you select the holiday plan best suited to your needs, tell you about a variety of tours that are beneficial to you – not to mention your wallet, and wrap up all of your arrangements in a care-free package. Each package provides hotels or other accommodations (guest houses or tourist homes for budget travellers), meals, tickets to amusement parks, museums, galleries and exhibitions, historical sites and theatres.

There are special travel rates, for all transportation companies (motor, rail and plane) offer a variety of special rates, seasonal and year-round. Some companies offer a 10% discount to holders of foreign passports; many offer both sightseeing packages of their own and also various types of reduced fares (10% reduction on round-trip tickets). Special round-trip excursion fares are available between many cities, if you agree to preset time period. Children under five travel free. Special rates are available for groups, the handicapped and members of the Armed Forces. Also, there are fare reductions due to competition among travel companies. For example, a traveller can buy a ticket that entitles him/her to cover any distance during a certain period of time (unlimited mileage); there are discounts for senior citizens and for family trips (family plan).

Your travel agent will give you the facts you want, help you in your planning, and give you details on the many and varied vacation areas in the US and all over the world. You are sure to have a good time.

## **Вариант 2**

### **Travelling by air**

For me there is nothing like travel by air: it is more comfortable, more convenient and, of course, far quicker than any other method. There is none of the dust and dirt of a railway or car journey; none of the trouble of changing from train to steamer, pushing your way through crowds to get from the boat to the Customs (if you travel abroad) and then to another train. A taxi or bus of the Airline Service takes you to the airport. There on the runway you see a beautiful passenger liner ready to carry you to your place of destination.

When the formalities of registering yourself and weighing your baggage are over, you board the plane.

But it is not only on account of convenience, comfort and speed that I like air travel. I enjoy greatly the feeling of flying.

Looking down you gain a magnificent view of a charming landscape.

You fly past villages and cities, hills and valleys, each following the other in quick succession. In a minute or two they are far behind.

### **A few hints on air travel that may be helpful:**

1. Passengers are requested to arrive at the airport (air terminal) one hour before departure time on international flights and half an hour on domestic flights.
2. Passengers must register their tickets, weigh in and register the luggage (baggage). The economy class limitation is 20 kg. First-class passengers are allowed 30 kg. Excess luggage must be paid for.
3. Passengers are permitted to take only some personal belongings with them into the cabin.
4. Each passenger is given a boarding pass to be shown at the departure gate and again to the stewardess when boarding the plane.

5. Watch the electric sign flashes in the plane. When the "Fasten Seat Belts" sign goes on, do it promptly, and also obey the "No Smoking" signal.
6. Listen to the announcements on the public address system. The captain will welcome you on board, tell you all about the flight and the interesting places you are flying over.
7. Do not forget your personal belongings when leaving the plane.

### **Вариант 3**

#### **Immigration and customs**

On arrival in the USA the immigration officer will check your visa and the immigration form. You will be given a copy of this form to keep in your passport – often they staple it in for you.

The immigration officer will stamp on the immigration form how long you are entitled to stay in the USA. Make sure that he or she knows how long you want to stay.

After immigration comes customs, and somewhere along the line you will be relieved of your customs form. Although there is now a red channel/green channel system (red if the traveler has something to declare, green if he/she doesn't) as in many other countries, you still actually have to come face to face with the customs officer. You are quite likely to be asked to open your bags – perhaps American customs officers aren't as busy as those in Europe, for they certainly seem to think that they have time to do this. Keep your passport out: they give returning Americans a much harder time than visitors.

It is important to note that you are not allowed to take into the USA any fresh fruit, fresh vegetables, butter, milk, fresh meat or plants.

## **Вариант 4**

### **International Tourism**

In 1997 the number of international tourist arrivals grew by 5 %, reaching 595 million, while revenues from tourism rose 7 %, to \$425 billion.

This steady global expansion continued throughout 1997. The strong U. S. dollar continued to attract North American visitors to overseas destinations, whereas the long-delayed Japanese economic recovery and setbacks in Southeast Asian economies caused the Asia-Pacific region to lag behind. A strong pound sterling encouraged the British to visit continental Europe, but the resulting high prices in Great Britain discouraged European visitors from travelling to the U. K.

The hotel sector benefited from tourism's strong 1996–97 recovery.

Occupancies in London hotels rose from 82 % to 84 % as 1996 profits went up by 26 %. In New York City occupancy reached 82 %, a 5 % increase over 1996. Airlines belonging to the International Air Transport Association saw growth of 7.5 % in air traffic during 1997. They were concerned, however, about safety, fearing that with a projected doubling of air traffic by the year 2010, major jet crashes could increase to an average of one per week.

In Africa the Indian Ocean island of Mauritius had a 12 % rise in arrivals, chiefly from Europe. In Zimbabwe, where tourism accounted for 5 % of gross domestic product, the government took initiatives to support domestic investment by black Zimbabweans. Tanzania emphasized cultural tourism. Tourism in Kenya's popular coastal resorts fell 70 % after violence broke out in May prior to elections and continued throughout the summer.

Brazil, which welcomed some 2.2 million tourists each year, launched a campaign to attract more foreign visitors and stepped up security by introducing new tourist-friendly police stations. In Canada the tourism sector employed 500,000 persons, a record level. In Cuba international tourism overtook sugar as the leading currency

earner, with the Caribbean island acting as host to 1.2 million foreign visitors. Mexico saw a good summer vacation season, with hotel occupancy 2–4 % higher than in 1996; a fall hurricane, however, damaged Acapulco resorts. Eruptions of the Soufriere Hills volcano on the Caribbean island of Montserrat caused thousands to flee and halted tourism. A survey showed that although U. S.

residents had doubled their long-distance travel between 1977 and 1995, foreign travel accounted for only 4 % of those trips; one-half of those journeys ended in Canada or Mexico.

Australia, serving as host for the 2000 Olympic Games in Sydney, saw in that event an outstanding potential for growth and exports. Australia also found that in comparison with other tourists, backpackers\* spent more, stayed longer, travelled more widely, and thus created more jobs. Among Hong Kong's new projects following its return to China were 40 new hotels, a film city, a virtual-reality theme park, and a new airport at Chek Lap Kok. The 45 % devaluation of Thailand's currency was welcomed by the nation's tourism industry, which expected to be host to one million Japanese visitors in 1997. In the Philippines tourism increased by 11 %, with the U. S. and Japan providing the most visitors. India earned 11 % more from foreign tourism in 1997, whereas Indonesia, which welcomed five million tourists in 1996, experienced a decrease of 26 % in foreign arrivals because of forest fires in the archipelago.

In Europe, Bulgaria established a visa-free entry for citizens of most, nations, and Estonia did so for its Nordic neighbours. Croatia's tourism minister planned to extend both the tourist season and Croatia Airlines operations to Great Britain and Germany, its main tourism sources. The number of foreign overnight visitors in Croatia rose 72 % in 1997. Cyprus expected two million visitors, a 5 % increase. On October 26 and Dec. 1, 1997, Italy and Austria, respectively, became members of the Schengen group of border-control-free states for travellers from Other European Union countries.

## **Вариант 5**

### **Belgium by Train**

Traveling by train from town to town

Intercity and Inter-regional trains (ICs and IRs) offer rapid, reliable connections between towns and regions. Intercity trains only stop at mainline stations, while Interregional services also stop at local stations.

L trains are local trains, serving all stations. Generally, ICs, IRs and L trains run regularly every hour (though some trains only run every two hours), leaving at the same time past the hour. The whole timetable is integrated, which means you never have to wait too long for a connection.

In mainline stations, the departure times of all trains are shown chronologically, together with platform number, on a board or monitor screen in the departure hall.

Finding your way around Connections by local transport, either underground, tram, bus or taxi are never far away. So you will have no problem finding your way to or from the station. And you will find information offices at all mainline stations.

Aridisc, the electronic timetable, is a PC programme containing all the necessary information on train travel in Belgium. The computer gives you, in your home, times, prices and general information in the language of your choice: French, Dutch, German or English. Using a suitable configuration, Aridisc provides a graphic image of your itinerary on the screen and on paper.

In most stations, a map of all trains services is displayed.

- a) IC-IR timetable booklet is available free of charge from all stations.
- b) A leaflet is available with timetables for services to and from a particular station, e.g.\* all, services to and from Brussels.
- c) In every station you can purchase a railway book which gives you all the details on trains, prices, etc.\*

### **Fares**

Tickets are for sale at ticket counters in the station.

There are SINGLE (one way) and RETURN (round trip) tickets. The price of a return ticket is double the price of a single ticket.

The single journey or the outward journey of a return ticket must be made on the date shown on the ticket. The return journey must be made on the same day. To avoid queuing, you can buy your ticket 5 days in advance.

Travelling in a higher class to that shown on your ticket is permitted if you pay the relevant fare difference to the conductor. Breaking your journey is allowed only when permission is obtained from the assistant stationmaster prior to\* departure.

Standard international tickets are valid for 2 months and breaks of journey are allowed.

Holiday bargains 50 % reduction card. People travelling regularly by train will probably benefit from buying the half-price reduction card. This card is valid for one month, for first— and second-class travel on all trains and for all journeys within Belgium. With it, you can purchase an unlimited number of single journeys at half price.

Go Pass. Young people between the ages of 12 and 25 inclusive can make use of the Go Pass. This card is valid for 8 journeys in Belgium and is available for passengers travelling individually or in a group.

Multi Pass. With the Multi Pass, you can travel all day on Saturdays, Sundays and holidays and during the months of July and August. On all other days, departure should be after 8 a. m. the Multi Pass allows 2, 3 or 4 people to make 2 single ourneys or a return journey in second class between any 2 Belgian stations.

Golden Railpass. If you are over 60, you can use your Golden Railpass for six single journeys between two stations in Belgium, either in first or second class.

## **Вариант 6**

### **Travel agencies**

Travel is the name of a modern ‘‘disease’’ which started in the mid fifties and is still spreading. The ‘‘patient’’ collects information about the places where he would like to spend his holidays.

It’s vital to choose the travel agency that will ensure that your every cent is well spent. The staff of most travel agencies are professional travel consultants. They will offer you a travel package that suits both your plans and your pocket. Besides, travel consultants will provide you with up-to-date information about the places you are interested in, news of road and weather conditions and supplemental information on

local customs, events, points of interest, shopping hours, duty free shops, currencies, etc.

The people in an agency will arrange reservations for air and shipping lines, trains, rental cars, hotels, auto and baggage insurance – all the services that make your travel problem-free and pleasant. Travel agencies can arrange sightseeing or shopping tours, organize special interest holidays such as sailing, water skiing, fishing, camping and fly-drive vacations. They can make reservations for special events such as art festivals, cultural and sporting events. Besides, travel agencies offer a range of services designed to meet the specific needs of business travellers. In a word, travel agencies are designed to help people have an enjoyable and worry-free trip.

## **Variant 7**

In the 16th century the banquets of the English kings and queens were known as the most exciting in Europe. They were renowned for their roasts, pies, stews, soups and puddings. British roast beef is still famous (although mad cow disease has not helped its reputation). It's often eaten with Yorkshire pudding – a sort of little crusty bun that soaks up the gravy. Other traditional meals are roast lamb, eaten with mint sauce; roast pork with apple sauce; lamb with plums or apricots; smoked salmon – clear, light pink fish served just with a slice of lemon and some pepper; and shepherd's pie – basically minced meat with a layer of mashed potato on top. Their cheeses are some of the best in the world: Cheddar, Wensleydale, Double Gloucester, Stilton and Red Leicester are all delicious. Their sweet puddings, tarts, pies, trifles and cakes were considered unbeatable.

But during the Second World War there was a shortage of food so it was shared out – in rations. People got used to poor quality meat or fish or cheese. As a result, the British diet became very bland. When rationing ended in 1954, people went mad for the most exotic food they could find.



British people do not complain when they are served bad quality food. Many like cheap, fast meals – “convenience food”. They prefer to spend money on gardening and home improvement than good quality ingredients. Also, factory-farming methods, breeding programs to make cows, pigs, sheep and vegetables grow faster, the injection of hormones and the use of other chemicals have all made Britain’s farm produce bland and undesirable.

*The British* are happy to have a business lunch and discuss business matters with a drink during the meal; the Japanese prefer not to work while eating. Lunch is a time to relax and get to know one another, and they rarely drink at lunchtime.

*The Germans* like to talk business before dinner; the French like to eat first and talk afterwards. They have to be well fed and watered before they discuss anything.

*The Japanese* have perhaps the strictest rules of social and business behavior. Seniority is very important and a younger man should never be sent to complete a business deal with an older Japanese man. The Japanese business card almost needs a rulebook of its own. You must exchange business cards immediately on meeting because it is essential to establish everyone’s status and position. When it is handed to a person in a superior position, it must be given and received with both hands, and you must take time to read it carefully, and not just put in your pocket! You should not expect the Japanese to shake hands. Bowing the head is a mark of respect and the first bow of the day should be lower than when you meet thereafter.

*The Americans* sometimes find it difficult to accept the more formal Japanese manners. They prefer to be casual and more informal, as illustrated by the universal “Have a nice day!” American waiters have a one-word imperative “Enjoy!” The British, of course, are cool and reserved. The great topic of conversation between strangers in Britain is the weather – unemotional and impersonal. In America the main topic between strangers is the search to find a geographical link. “Oh, really? You live in Ohio? I had an uncle who once worked there”.

Here are some final tips for travelers.

**In France** you should not sit down in a cafe until you have shaken hands with everyone you know.

***In the Middle East*** you must never use the left hand for greeting, eating, drinking or smoking. Also, you should take care not to admire anything in your hosts' home. They will feel that they have to give it to you.

***In Thailand*** you should clasp your hands together and lower your head and your eyes when you greet someone.

***In America*** you should eat your hamburger with both hands and as quickly as possible. You should not try to have a conversation until it is eaten.

## **Вариант 8**

“One man's meat is another man's poison”. It is of course true that individuals do vary in their likes and dislikes, and no social group is believed to eat everything of potential nutritional value available to it.

Nor is it merely that some exotic tribes eat foods which would revolt the average European or American; equally some foods which are commonplace to us are avoided in other cultures. Apart from the wellknown avoidance of beef by most Indians and pork by Jews, Muslims and other religious groups in the Middle East, chicken and eggs are avoided in much Africa and parts of South-East Asia. Dogs, on the other hand, are prized meat in much of sub-Saharan Africa and South East Asia; camel is eaten in the Middle East; Horseflesh eating has historically been centered in central Asia, and was introduced in the 19th century with some success into France but with little in Britain or America. The Chinese do not eat milk or dairy products, fish is avoided by many cultures, insects are eaten in others, and that is nothing to say of the vegetable kingdom.

People very generally have strong feelings not just about how the foods should be eaten, but also about how the foods they choose should be prepared for eating. Ways

of cooking became the mythology and sense the identity of nation, social classes and religious groups. People take sides, and exaggerate differences.

To host the perfect dinner party, it takes more than just fine food and good company. Whether you are hoping to have a romantic dinner, a harmonious family celebration or a jolly evening with friends, you also need to invite the subtle power of feng shui (Chinese teaching about the importance of placing things). A little knowledge of the art of placement can make your gatherings warm and happy occasions, bringing people together and keeping warring factions at peace. Here are four typical occasions to demonstrate how best to use the power of feng shui around the table.

For romantic dinner you are suggested to choose a table with rounded corners, which promotes harmony and cover it with a purple or pink tablecloth, the colors of life and passion. The table shouldn't be too large because it needs to feel intimate. You should be seated at right angles to your partner so you can talk easily. Choose just one candlestick so it focuses attention between you. A vase of flowers should be placed on the other side of the table so it doesn't come between you – the same applies to the wine basket and champagne. Set the candle on a small polished mirror, as the combination of the candle and the mirror will draw you both closer together.

For family meal you should choose the tablecloth and napkins in warm earth colors such as gold, beige or brown, which will support nourishment and acceptance. If there is possible tension within family you should have a soft flower arrangement in the middle of the table. Arrange your flowers in a glass bowl so the water, another positive influence, is clearly visible. If you have a difficult or irascible child or relative they will tend to be more restrained if placed next to the host or hostess of the meal. Grandparents or other older relatives should be seated opposite the host and hostess – a position that shows them respect.

At business lunch you are to choose a chair with your back reasonably close to the wall. Invite the more senior of your guests to sit opposite you, and the more junior person should sit on your left, which is good for harmonious discussion. Choose a

round table that signifies that business will go profitably, smoothly and efficiently. A round glass or paperweight makes a good centerpiece, perhaps arranged with flowers or candles.

For dinner party you are suggested placing the host and hostess at either end of the table. Ideally, the table should be rounded, but don't worry if yours is rectangular. If you have two warring factions, place them next to each other with the woman next to the host and the man next to the hostess – they will be less likely to argue with one another when their attention is taken up by the host/hostess of the opposite sex.

## **Вариант 9**

### **Special Interest Holidays**

Special interest holidays are becoming increasingly popular as an alternative to the more traditional vacations. Read the brochure extracts below. Which holiday appeals to you more?

#### **Whale watching in Alaska**

Keep your eyes open and your cameras ready as you cruise among the San Juans, which provide the best opportunities in the world for viewing killer whales. We've chosen, the best place and time for these fabulous creatures.

You'll stand at the bow, astonished and speechless, studying these individualistic animals feasting on salmon. You'll get to know individual whales and their family relationships, and learn their vocalizations – an enriching experience far more rewarding than merely “seeing” the whales. Your intimate encounters will be a highly personal and emotional experience, a unique access to the world of the whales!

slopes, a poet said, “If there is a paradise on earth, it is this, it is this, it is this”.

#### **Local Tourism in Ireland**

Westmeath is a paradise for angling, cruising on the Shannon, boating and watersports, golf, equestrian pursuits, tourist trails, genealogy and heritage holidays. A county of lake and legend with rich pastureland, it offers remarkable beauty and

diversity. Abounding in rivers, lakes and streams, it is an area of possibilities for every visitor.

Located in the Heart of Ireland, Westmeath stretches from Lough Ree\* in the west to the shores of Lough Sheelin\* In the north east and southwards to Kinnegad and the Royal Canal. It has an area of 710 square miles and a population of almost 62,000 people. Lakes are its greatest asset with fishing, cruising, water sport activities and shore amenities.

## **Вариант 10**

The **World Tourism Organization (UNWTO)** is the United Nations agency responsible for the promotion of responsible, sustainable and universally accessible tourism.

It is the leading international organization in the field of tourism.

UNWTO encourages the implementation of the *Global Code of Ethics for Tourism*, to maximize tourism's socio-economic contribution while minimizing its possible negative impacts, and is committed to promoting tourism as an instrument in achieving the United Nations Millennium Development Goals (MDGs) geared towards reducing poverty and fostering sustainable development.

UNWTO generates market knowledge, promotes competitive and sustainable tourism policies and instruments, fosters tourism education and training, and works to make tourism an effective tool for development through technical assistance projects in over 100 countries around the world.

UNWTO's membership includes 155 countries, 6 Associate Members and over 400 Affiliate Members representing the private sector, educational institutions, tourism associations and local tourism authorities.

## ***Питання на іспит***

- 1. Індустрія гостинності. Туризм.*
- 2. Види мандрівок та відпочинку.*
- 3. Бізнес-тури.*
- 4. В аеропорту. На залізничному вокзалі. Морська подорож.*
- 5. Мова туризму.*
- 6. Назви країн та національностей.*
- 7. Подорожі країнами світу.*
- 8. Мови та культура спілкування.*
- 9. Огляд визначних місць.*
- 10. Митниця. Митницький та паспортний контроль. Перевірка та перевезення багажу.*
- 11. Основні правила митниці в Україні та за кордоном.*
- 12. Професії у туризмі.*
- 13. Туристичні оператори та агенти. Їхні обов'язки.*
- 14. Професійний етикет. Культура професійного мовлення.*
- 15. Популярні туристичні дестинації. Планування екскурсій та турів.*
- 16. Гіди-перекладачі. Робота з іноземними туристами.*
- 17. Резюме, CV. Супровідний лист. Правила їх написання та подання роботодавцеві.*
- 18. Інтерв'ю з роботодавцем. Правила проведення та поведження.*
- 19. Поняття «готель», визначення та типи готелів. Класифікація готелів.*
- 20. Скорочення у сфері готельного бізнесу та графічні позначення.*
- 21. Персонал готелю. Організація готельних послуг. Бронювання номерів у готелі.*
- 22. Індустрія послуг харчування. Види закладів харчування у сфері туризму.*

- 23.Бронювання. Замовлення меню. Види меню. Надання рахунку.  
Розрахунок.
- 24.Валюта. Назви валюти різних країн світу.
- 25.Банківські послуги.
- 26.Ділова кореспонденція.
- 27.Контракти. Види контрактів.
- 28.Правила ведення ділових переговорів.
- 29.Телефон. Факс. Телефонний етикет. Електронна пошта.
- 30.Замовлення за номером телефону.

## ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

### **1. Індустрія гостинності (*Hospitality Industry*)**

1. What is hospitality industry (give the definition of the term)?
2. What does it consist of?
3. Why is hospitality industry so popular nowadays?
4. What is the potential of hospitality industry as one of the sectors of global economy?

### **2. Види мандрівок (*Types of Traveling*)**

1. What types of travelling can you think of?
2. How would you describe “ecotourism”?
3. Do you prefer a package tour or a tailor-made itinerary? Why?
4. Why is tourism a growing industry?

### **3. Бізнес-тури (*Business Trips*)**

1. How can you arrange your business trip?
2. Is it easy to run business?

3. Why are business conferences so important for running successful business?
4. How are business travellers different from other travellers?

#### ***4. Визначення та класифікація готелів (Hotel Definition and Classification)***

1. Hotel classification.
2. What does classification of hotels depend on?
3. What is the difference between hotel and motel?
4. What services are offered in hotels?
5. Modern systems of hotel information and reservation.
6. Etiquette of the hotel staff.
7. Describe the functions of divisions and departments typically found in the full service hotel.
8. How does a limited service differ from full service hotel?

#### ***5. Індустрія послуг харчування (Food and Beverage Industry)***

1. What kinds of restaurants are there in the hospitality industry?
2. What are the usual dishes in “table d’hote” menu?
3. What are the rules of ordering dishes at restaurants?
4. Can we make reservations on the phone?
5. What should we know when paying the bill at a restaurant?

#### ***6. Професії в індустрії гостинності (Jobs in Hospitality Industry)***

1. What job titles in different sectors of Hospitality Industry do you know?
2. Would you like to become a **Tourism Manager** and why, if so?
3. What qualifications and personal qualities are the best for a **tour operator**?
4. What are the duties of a **business travel consultant**?
5. What are the duties of a **tour operator and a travel agent**?



6. What does animation team do?
7. What do you think a foreign operator waits from a **hotelier**?
8. What jobs in Restaurant and Hotel Business do you know?

**7. *Замовлення турів та складання туристичного пакету (Booking and planning Package Tours)***

1. How can you explain “a package tour”?
2. Who is planning a package tour?
3. Are such tours intended for groups only or for individuals too?
4. What information should be included into package tours’ leaflets?
5. What kind of services would you expect to meet if you buy a package tour?
6. What is the booking procedure?
7. What can you say about payment procedure?
8. What kinds of package tours can be offered?

**8. *Транспорт. Планування транспортних зв’язків (Transport. Planning a transport network)***

1. What kinds of travelling can you name?
2. Compare advantages and disadvantages of different means of transport.
2. What can be done to make a trip more comfortable?
3. Planning a transport network.

**9. *Огляд визначних місць (Sightseeing)***

1. What does sightseeing involve?
2. Do you prefer to go sightseeing with a guide or alone? Why?
3. Do you prefer historical or cultural places of interest? Why?
4. What attractions would you like to visit in Ukraine?
5. What souvenirs can foreign guests purchase in Sumy?

6. What places of interest can we show in Sumy?
7. What part of Ukraine is more preferable for foreigners? Why?

***10. Спілкування по телефону та Інтернет в індустрії гостинності.  
Телефонний етикет (Telephone Talks and Internet in Hospitality Industry.  
Telephone Etiquette )***

1. What are the main rules of the telephone etiquette?
2. What are the rules of electronic communication?
3. How can the Internet be used in the Hospitality Industry?
4. Are there any special demands to use the Internet or e-mail?
5. What are the main rules of the business telephone talks?

***СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ***  
*Підручники та навчальні посібники:*

1. Буданов С.І., Борисова А.О. Ділова англійська мова. – Torsing publishing House, 2009.-288 с.
2. Богацкий И.С., Дюканова Н.М. Бизнес-курс английского языка. Словарь-справочник. – М.: Айрис-Пресс, 2007. – 351 с.
3. Письменная О.А. Английский для международного туризма. Учебник. – К.: ООО «ИП Логос М»,2006. – 384 с.
4. Частник С., Коробка Г. Английский язык для менеджеров международного туризма и гостиничного бизнеса. – М.: Эксмо, 2005. -160 с.
5. Mikhailov N.N.. English.Hotel, Restaurant and Tourist Business:Учебное пособие.-М.: АСАДЕМА, 2003.-159 стр.
6. Iwonna Dubicka, Margaret O’Keeffe. English for International Tourism. Students’ Book. Pre-Intermediate. - Longman – 143 p.
7. Iwonna Dubicka, Margaret O’Keeffe. English for International Tourism. Wokr Book. Pre -Intermediate. - Longman – 80 p.

8. Iwonna Dubicka, Margaret O'Keeffe. English for International Tourism. Students' Book. Intermediate. - Longman – 146 p.
9. Iwonna Dubicka, Margaret O'Keeffe. English for International Tourism. Work Book. Intermediate. - Longman – 85 p.
10. Iwonna Dubicka, Margaret O'Keeffe. English for International Tourism. Students' Book. Upper-Intermediate. - Longman – 148 p.
11. Iwonna Dubicka, Margaret O'Keeffe. English for International Tourism. Work Book. Upper-Intermediate. - Longman – 56 p.
12. Iwonna Dubicka, Margaret O'Keeffe. English for International Tourism. Teachers' Book. Pre-Intermediate. - Longman – 140 p.
13. Iwonna Dubicka, Margaret O'Keeffe. English for International Tourism. Teachers' Book. Intermediate. - Longman – 142 p.

#### **Допоміжна**

1. Гончарова Т. А. Английский язык для гостиничного бизнеса. — К. : Академия, 2004.
2. Семідоцька В. А. Англійська мова менеджменту готельно-ресторанного бізнесу. — К. : Вид-во КНДЕУ, 2004.
3. Beaven B. Headstart. Student's Book: Beginner. – Oxford University Press. – 1993. – 80 p.
4. Falla T. Headstart. Student's Book: Beginner. – Oxford University Press. – 1999. – 48 p.
5. Falla T. Headstart. Teacher's Book: Beginner. – Oxford University Press. – 1998. – 72 p.
6. Gomm H. Market Leader. Portfolio. Video Resource Book: Pre-Intermediate. Business English. – Longman. – 2002.- 48p.
7. Jacob Miriam & Strutt Peter. English for International Tourism. Course Book. – Pearson Educational Limited. — Addison Wesley Longman Ltd, 1997. Longman – 127 p.
8. Peter Strutt. English for International Tourism. Students' Book. Intermediate. – Longman – 144 p.
9. Pohl Alison. Professional English Hotel & Coffering. — Pearson Educational Ltd.

## Інтернет ресурси

1. <http://nbuv.gov.ua>
2. <http://www.businessculture.com>
3. <http://wokrabroad.monster.com>
4. [http://tourlib.net/books\\_ukr](http://tourlib.net/books_ukr)
5. <http://careerplanning.about.com>
6. <http://www.better-english.com.exerciselist.html> (English for Business, Business)
7. <http://www.stir.ac.uk/celt/staff/higdox/Vallance/Diss/PI.html> (Business Meeting)
8. <http://www.intercom.au/intercom/newsprs/index.htm> (News & Current Affairs Newspapers on the Web)
9. <http://ppp.net/links/news> (The Ultimate Collection of News Links)
10. <http://www.m-w.com/dictionary> (Merriam Webster Online)
11. <http://www.bucknell.edu/rbeard/diction/html41> (Online Dictionaries)
12. <http://vancouver-webpages.com/synonyms/html> (Synonym Dictionary)
13. <http://www.ucc.ie/info/net/acronyms/index.html> (Acronym and Abbreviation Dictionary).