

Силабус курсу Планування та організація туристичного бізнесу

Освітній ступінь – бакалавр

Галузь знань: 24 Сфера обслуговування

Спеціальність: 241 Готельно-ресторанна справа

Освітньо-професійна програма «Готельно-ресторанна справа»

Кількість кредитів – 3,5

Рік підготовки, семестр – 4 рік, 1 семестр

Компонент освітньої програми: вибірковий

Мова навчання: українська



Керівник курсу: к.е.н., доцент, доцент кафедри туристичної інфраструктури та готельно-ресторанного господарства **Попик Мар'яна Михайлівна.**

Контактна інформація: mariana.popyk@uzhnu.edu.ua, +380669921333

Опис дисципліни

Метою вивчення дисципліни є оволодіння студентом вмінням використовувати в майбутній практичній роботі процеси планування та організації бізнесу для ефективної діяльності туристичної фірми. Головними завданнями цієї дисципліни є з'ясувати сутність, цілі й методологію планування в туризмі, детальну характеристику алгоритмів та змісту планування; довести доцільність й обов'язкове використання процесу планування як надійного фінансово-економічного інструменту розвитку сучасного туристичного бізнесу; навчитися розробляти організаційний та виробничий план діяльності туристичного підприємства; познайомитися з переліком маркетингових заходів на туристичному підприємстві; навчитися проводити маркетингові дослідження в туристичному бізнесі; ознайомитися з плануванням комунікаційної політики; познайомити студента з управлінням персоналом в туризмі; вивчити особливості ціноутворення в сфері туристичного бізнесу; з'ясувати основні аспекти фінансового плану туристичного підприємства; навчитися писати бізнес-план сучасного туристичного підприємства.

Навчальний контент

Теми	Результати навчання
Тема 1. Планування в туристичному бізнесі: основні категорії та поняття	Знати сутність таких категорій: план, процес планування, завдання процесу планування, етапи планування, стадії процесу планування, місія, цілі підприємства в туризмі, типи планування, стратегічне планування (довгострокове), тактичне планування (середньострокове), оперативне планування (короткострокове), етапи процесу

	стратегічного планування, ефективність планування
Тема 2. Розробка організаційного плану діяльності туристичного підприємства	Знати сутність таких категорій: туристичний агент, туроператор, фізична особа-підприємець, групи ФОП, ставки оподаткування, єдиний податок, юридична особа, приватне підприємство, державне підприємство, корпоративне підприємство, унітарне підприємство, національне підприємство, підприємство з іноземними інвестиціями, іноземне підприємство, акціонерні товариства, товариства з обмеженою відповідальністю, товариства з додатковою відповідальністю, повні товариства, командитні товариства, статут, засновницький договір, туроператорська ліцензія, фінансове забезпечення тур агента, фінансове забезпечення туроператора, виписка про державну реєстрацію, ідентифікаційний код ЄДРПОУ, загальна система оподаткування, спрощена система оподаткування юридичних осіб.
Тема 3. Розробка виробничого плану діяльності туристичного підприємства	Знати сутність таких категорій: виробничі фонди, основні фонди, оборотні фонди, основні засоби, оборотні засоби, оборотні фонди, фонди обігу, туроператор, туроператорська спеціалізація, туроператори масового ринку, спеціалізовані оператори, цикли виробництва туристичного продукту, технології реалізації туристичного продукту, програмне забезпечення туристичного підприємства, ризики в туристичній діяльності, управління ризиками.
Тема 4. Планування та організація маркетингових заходів на туристичному підприємстві	Знати сутність таких категорій: маркетинг, маркетинг в туризмі, елементи маркетингу, 4P, товар, ціна, місце, просування, комплекс маркетингу, маркетинг-мікс, етапи плану маркетингу, маркетингове зовнішнє середовище, мікросередовище, споживачі, конкуренти, постачальники, посередники, контактні аудиторії, макросередовище, фактори макросередовища, економічні фактори, політико - правові фактори, соціально-демографічні фактори, технологічні, природно-географічні фактори, маркетингове внутрішнє середовище, принципи маркетингу, функції маркетингу, SWOT-аналіз.
Тема 5. Маркетингові дослідження в туристичному бізнесі	Знати сутність таких категорій: маркетингові дослідження, напрями маркетингових досліджень, дослідження мікросередовища, дослідження

	макросередовища, первинна інформація, вторинна інформація, етапи дослідження, кабінетні дослідження, традиційні дослідження, контент-аналіз, методи регресійно-кореляційного аналізу, польові дослідження, інтерв'ю, опитування, експеримент, панель, якісні дослідження, кількісні дослідження, універсальні дослідження, синдикативні дослідження, аналіз даних, обробка даних.
Тема 6. Планування комунікаційної політики туристичного підприємства	Знати сутність таких категорій: маркетингова комунікаційна політика, просування, політика просування, елементи комплексу просування, реклама, інформативна реклама, стимулююча реклама, психологічна реклама, реклама на телебаченні, реклама на радіо, реклама в друкованих виданнях, зовнішня реклама, Інтернет - реклама, SMM, реклама в соціальних мережах, таргетована реклама, медійна реклама, контекстна реклама, геоконтекстна реклама, блогерство, PR, стимулювання збуту, прямий маркетинг, персональні продажі, виставки, бренд, брендинг.
Тема 7. Сегментування ринку	Знати сутність таких категорій: сегментування ринку. Фактори сегментування ринку. Географічні фактори сегментування споживчого ринку. Демографічні фактори сегментування споживчого ринку. Психографічні фактори сегментування споживчого ринку. Поведінкові фактори сегментування споживчого ринку. Критерії оцінювання привабливості сегмента. Стратегія недиференційованого маркетингу. Стратегія диференційованого маркетингу. Різновиди диференційованого маркетингу. Концентрований маркетинг. Індивідуалізований маркетинг
Тема 8. Управління персоналом в туризмі	Знати сутність таких категорій: персонал, управління персоналом в сфері туризму, HR-менеджмент, методи управління, економічні методи, адміністративні методи, соціально-психологічні методи управління, кадрова політика, кадрова стратегія, кадрове планування, стратегічне кадрове планування, тактичне кадрове планування, поточне кадрове планування, комплектування персоналом організацію, підбір персоналу, набір персоналу, кадровий резерв, джерела набору персоналу, навчання персоналу, перекваліфікація, підвищення кваліфікації, ділова оцінка персоналу.

Тема 9. Франчайзинг як особлива форма організації туристичного бізнесу	Знати сутність таких категорій: франчайзинг, франшиза, франчайзер, франчайзі, роялті, гудвіл, франчайзинговий пакет, переваги франчайзингу в туристичному бізнесі, недоліки франчайзингу в туристичному бізнесі.
Тема 10. Особливості ціноутворення в сфері туристичного бізнесу	Знати сутність таких категорій: ціна, ціна на продукти чи послуги в сфері туризму, визначення ціни, собівартість товару чи послуги, витрати підприємства, постійні витрати, змінні витрати, методи визначення ціни на туристичний продукт чи послугу, стратегії щодо встановлення ціни на туристичний продукт чи послугу.
Тема 11. Фінансовий план діяльності туристичного підприємства	Знати сутність таких категорій: фінанси, фінансовий план, етапи фінансового планування, джерела фінансування бізнесу, фінансові відносини з контрагентами в туризмі, самофінансування, позикові кошти, доходи підприємства, прибуток підприємства, чистий прибуток, рух грошових коштів, термін окупності, рентабельність інвестицій, точка беззбитковості.
Тема 12. Бізнес-план як кінцевий продукт планування	Знати сутність таких категорій: бізнес-план, процес бізнес-планування, етапи бізнес-планування, цілі написання бізнес-плану, функції бізнес-плану, підрозділи бізнес-плану.
Тема 13. Критерії та методи оцінки ефективності бізнесу	Знати сутність таких категорій: ефективність, критерії ефективності бізнесу, показники ефективності управління, напрями щодо підвищення ефективності управління, показники результативності бізнесу, показники економічності бізнесу, рентабельність бізнесу, показник прибутку на вкладений капітал, коефіцієнт рентабельності власного капіталу

Формування компетентностей і програмні результати навчання

Індекс матриці в ОП	Компетентності й програмні результати навчання
ЗК11	Уміння знаходити та аналізувати інформацію з різних джерел;
ЗК13	Знання теорії та методології соціальної інформатики, інформаційно-комунікаційного простору, інформатизації соціальних комунікацій;
ФК2	Знання нормативно-правових актів, які регулюють діяльність підприємств готельного, ресторанного господарства, курортів;

	призначення та особливості проведення обов'язкової сертифікації готельних послуг;
ФК7	Уміння моделювати сервісно-виробничі процеси закладів готельного та ресторанного господарства, санаторно-курортних закладів і забезпечити їх апаратне оформлення;
ФК8	Здатність вивчати та аналізувати потреби споживачів та забезпечувати високий рівень сервісу у підприємствах індустрії гостинності;
ФК14	Здатність моделювати технологічний ланцюг та уміння організовувати процеси виробництва, надання та споживання основних і додаткових послуг готельного і ресторанного господарства, курортів;
ФК16	Уміння організовувати надання послуг з організації дозвілля на підприємствах (зкладах) готельно-ресторанного бізнесу та у санаторно-курортних закладах.
ПРН2	Здатність працювати з інформацією, у тому числі в глобальних комп'ютерних мережах.
ПРН3	Уміння обґрунтовувати управлінські рішення та спроможність забезпечувати їх правомочність за результатами оцінювання і прогнозування соціальних, економічних, політичних та інших подій
ПРН8	Здатність адаптуватися до нових ситуацій у професійній діяльності.
ПРН9	Здатність виконувати професійну діяльність у відповідності до стандартів якості, формувати нові ідеї (креативність).
ПРН10	Вміння реалізовувати проект.

Літературні джерела

1. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання/навчальний посібник. К.: Знання України, 2002. 358с.
2. Бойчук ІМ. Економіка підприємства: навч. посіб. Л.: Новий світ-2000, 2001. 212 с.
3. Василенко В.О. Ситуаційний менеджмент: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2013. 241 с.
4. Крушельницька О.В. Управління персоналом: навч. посіб. К.: Кондор, 2013. 151 с.
5. Куденко Н.С. Маркетингові стратегії фірми : монографія. К. : КНЕУ, 2002. 245 с.
6. Кузнецова Н.М. Основи економіки готельного та ресторанного господарства. К.: Інститут туризму ФПУ, 1997.
7. Куриляк, В. Є. Менеджмент: міжцивілізаційні і міжкультурні основи: монографія.К.: Кондор, 2010. 480 с.
8. Левченко В.М. Ціноутворення і оцінка ефективності проектів в інвестиційному менеджменті : навч. посіб. Макіївка: ДонДАБА, 2000. 126 с.

9. Липчук В.В. Маркетинг: теорія, методика, практика : навч. посіб. К. : НВФ «Українські технології», 2001. 260 с.
10. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопр-сторіві аспекти) К.: Альтерпрес, 2002. 436 с. 39. Маркетинг : навч. посіб. К.: Центр навч. л-ри, 2003. 258 с
11. Мних Є.В. Економічний аналіз діяльності підприємства. К. : КНТЕУ, 2008. 514 с. 42.
12. Мальська М.П., Бордун О.Ю. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2012. 248 с.
13. Осипов В.І. Економіка підприємства : підручник. О.: Маяк, 2005. 724 с.
14. Панченко Ю. В. Менеджмент внутрішнього і міжнародного туризму: навч. посібник. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2013. 342 с
15. Покропивний С.Ф., Соболев С.М., Швиданенко Г.О. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: навчальний посібник. К.: КНЕУ, 1998. 208 с.

Політика оцінювання

Політика щодо відвідування: Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування, участь в науково-дослідницьких заходах) навчання може відбуватись дистанційно за погодженням із керівником курсу.

Політика щодо дедлайнів та перескладання: Завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Обов'язковою є присутність студента на модульному та підсумковому контролі. Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин.

Політика щодо академічної доброчесності: Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття.

Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується таким чином:

Види оцінювання	% від остаточної оцінки
Усне опитування, тести, завдання, доповідь з презентацією	30
Захист індивідуального проекту	20
Підсумковий контроль (модульна контрольна робота)	50

До силябусу також готуються матеріали навчально-методичного комплексу:

- 1) навчальний контент (розширений план лекцій)
- 2) тематика та зміст практичних робіт
- 3) завдання для підсумкового контролю (питання до іспиту)
- 4) електронне навчання в системі Moodle