

**ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ТУРИЗМУ ТА МІЖНАРОДНИХ КОМУНІКАЦІЙ
Кафедра туристичної інфраструктури та
готельно-ресторанного господарства**

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Декан факультету туризму та міжнародних комунікацій

к. геогр.н., доц. Габчак Н.Ф.

«19» 08 2024 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ПЛАНУВАННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Галузь знань	24 Сфера обслуговування
Спеціальність	241 Готельно-ресторанна справа
Освітня програма	Готельно-ресторанна справа
Статус дисципліни	Вибіркова
Мова навчання	Українська

Ужгород 2024

Робоча програма навчальної дисципліни «Планування та організація туристичного бізнесу» для здобувачів вищої освіти галузі знань 24 Сфера обслуговування спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа освітньо-професійної програми Готельно-ресторанна справа.

Розробник: к.е.н. Попик М.М., доцент, доцент кафедри туристичної інфраструктури та готельно-ресторанного господарства.

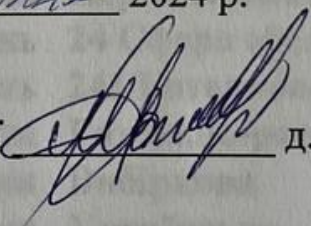
Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні кафедри туристичної інфраструктури та готельно-ресторанного господарства

протокол № 1 від «29» серпня 2024 р.

Завідувач кафедри  д.і.н., проф. Корсак Р.В.

Схвалено науково-методичною комісією факультету туризму та МК

протокол № 1 від «29» серпня 2024 р.

Голова науково-методичної комісії  д.геогр.н., проф. Машіка Г. В.

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Розподіл годин за навчальним планом	
	<i>Денна форма навчання</i>	<i>Заочна форма навчання</i>
Кількість кредитів ЄКТС – 3,5	Рік підготовки:	
Загальна кількість годин – 105	4	5
Кількість модулів – 2	Семестр:	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 3 год. самостійної роботи студента – 55 год.	7	9
	Лекції:	
	36 год.	10 год.
	Практичні (семінарські):	
	14 год.	4 год.
Вид підсумкового контролю: залік	Лабораторні:	
	-	-
Форма підсумкового контролю: усне опитування	Самостійна робота:	
	55 год.	91 год.

2. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ 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.

Відповідно до освітньої програми, вивчення дисципліни сприяє формуванню в студентів вищої освіти таких **компетентностей**:

ЗК 10. Здатність працювати автономно та в команді, налагоджувати міжособистісні взаємодії;

ЗК 11. Здатність до адаптації, креативності, генерування ідей та дій в невизначених ситуаціях;

СК 01. Розуміти предметну область і особливості розміщення та використання рекреаційних ресурсів за регіонами світу, оцінювати потенціал розвитку галузі гостинності з урахуванням потреб різних категорій споживачів та видів туризму;

СК 02. Здатність аналізувати тенденції і перспективи розвитку національного та світового ринків сфери обслуговування, встановлювати взаємозв'язок між розвитком індустрії гостинності та соціально-економічними процесами у країні, виокремлювати фактори ризику;

СК 03. Здатність використовувати сучасні управлінські, організаційні та економічні механізми підвищення конкурентоспроможності національних закладів розміщення та закладів ресторанного господарства;

СК 06. Здатність управляти поточною діяльністю підприємств готельного та ресторанного бізнесу, розраховувати основні фінансово-економічні показники та оцінювати ефективність їх діяльності;

СК 08. Здатність використовувати на практиці основи діючого законодавства в сфері готельного та ресторанного бізнесу та відстежувати зміни.

3. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Передумовами вивчення навчальної дисципліни «Планування та організація туристичного бізнесу» є опанування таких навчальних дисциплін (НД) освітньої програми (ОП):

- ОК 1.6 Основи туризмознавства
- ОК 2.8 Економіка готельно-ресторанного господарства
- ОК 2.12 Менеджмент готельно-ресторанного господарства
- ОК 2.13 Маркетинг готельного і ресторанного господарства

4. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Відповідно до освітньої програми «Готельно-ресторанна справа», вивчення навчальної дисципліни повинно забезпечити досягнення здобувачами вищої освіти таких програмних результатів навчання (ПРН):

Програмні результати навчання	Шифр ПРН
Оцінювати сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності та рекреаційного сфери.	ПР 05
Розуміти економічні процеси та здійснювати планування, управління і контроль діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.	ПР 17
Приймати обгрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності.	ПР 18
Професійно виконувати завдання в стандартних, невизначених та екстремальних ситуаціях.	ПР 20
Презентувати власні проекти і розробки, аргументувати свої пропозиції щодо розвитку готельно-ресторанного бізнесу.	ПР 21

Очікувані результати навчання, які повинні бути досягнуті здобувачами освіти після опанування навчальної дисципліни «Планування та організація туристичного бізнесу»:

Очікувані результати навчання з дисципліни	Шифр ПРН
Здатність працювати з інформацією при розробці стратегічних та оперативних планів на підприємствах туристичного бізнесу.	ПР 05
Здатність адаптувати використовуваний управлінський інструментарій в сфері планування та організації туристичного бізнесу до сучасних потреб. Вміння застосовувати сучасні інструменти менеджменту (системи показників ефективності діяльності, бюджетний контроль і оцінка фінансових результатів в розрізі сегментів бізнесу та ін.) в процесі діяльності підприємства туристичного бізнесу.	ПР 17
Вміння обґрунтовувати управлінські рішення в процесі планування та організації діяльності підприємств туристичного бізнесу.	ПР 18
Володіння на високому рівні сучасними методичними прийомами в сфері креативного менеджменту та вміння їх ефективно адаптувати до нових умов ведення туристичного бізнесу.	ПР 20
Володіння знаннями щодо методів розробки бізнес-планів, проектів, інструментів оцінки доцільності їхньої реалізації, способів моніторингу реалізації проектів та їх коригування в умовах динамічного зовнішнього середовища.	ПР 21

5. ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання є: комплексні іспити, стандартизовані тести, групові проекти, реферати, презентації результатів виконаних завдань та досліджень, студентські презентації та виступи на наукових заходах, інші види індивідуальних та групових завдань.

Засобами оцінювання результатів навчання та методами демонстрування з навчальної дисципліни є:

- *поточний контроль* – здійснюється для всіх видів аудиторних занять під час їх проведення. Метою поточного контролю є визначення рівня досягнень дисциплінарних результатів навчання студента за певним розділом (темою) робочої програми дисципліни, практичними заняттями, самостійною роботою;
- *проміжний (модульний) контроль* має на меті оцінювання знань, умінь та практичних навичок студента, набутих під час засвоєння теоретичного і

практичного матеріалу після вивчення логічно завершеної частини навчальної дисципліни;

- підсумковий контроль передбачає комплексне оцінювання рівня сформованості результатів навчання з дисципліни.

Форми контролю та критерії оцінювання результатів навчання

Форми поточного контролю: доповідь з презентацією, стандартизовані тести, реферат, самостійна робота, індивідуальні проекти, робота в групових проектах.

Знання, вміння та навички студентів оцінюються через визначення якості виконання конкретизованих завдань. Кількісна оцінка певного поточного контролю за конкретним видом навчального заняття визначається як сума балів за окремі види навчальної роботи. Максимальна кількість балів, яку може отримати студент за результатами поточного контролю протягом одного модуля – 50.

Форма модульного контролю: контрольна робота. Передбачає розкриття теоретичних питань і розв'язування тестів. Кожне завдання модульної контрольної роботи (2 теоретичні і 5 тестових завдань) оцінюється окремо. Загальна оцінка розраховується як сума оцінок: теоретична частина – 30 балів (по 15 балів кожне теоретичне питання); практична частина оцінюється в 20 балів – по 4 бали балів за кожний тест (разом за контрольну – 50 балів). Підсумкова оцінка за кожний модуль складається із суми балів за поточне оцінювання і результату модульної контрольної роботи (максимальна оцінка – 100 балів).

Форма підсумкового семестрового контролю: залік в усній формі. Результат контролю визначається як середньо-арифметичне значення двох модулів. Якщо студент погоджується з набраною кількістю балів, ця оцінка може бути виставлена у відомість. Якщо студент не отримав достатньої кількості балів (менше 60) або не погоджується з підсумковою оцінкою, то він складає залік в усній формі. Максимальна оцінка на заліку – 100 балів.

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти (модуль 1)

T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	Модульна контрольна робота	Сума
7	7	7	7	7	7	8	50	100

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти (модуль 2)

T8	T9	T10	T11	T12	T13	Модульна контрольна робота	Сума
8	8	8	8	9	9	50	100

Оцінювання окремих видів навчальної роботи з дисципліни

Вид діяльності здобувача вищої освіти	Модуль 1		Модуль 2	
	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)
Доповідь з презентацією	4	20	4	20
Захист індивідуального проекту	1	10	-	-
Захист групових проектів	2	20	3	30
Модульна контрольна робота	1	50	1	50
Разом		100		100

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи

Критерії оцінювання теоретичних завдань на модульній контрольній роботі (максимальна кількість за 1 завдання – 15 балів):

0 – студент не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його висвітлити;
1 – 5 балів – студент не володіє навчальним матеріалом у достатньому обсязі, проте фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає окремі питання навчальної дисципліни, не розкриває зміст теоретичних питань; 6 – 8 балів – студент відтворює значну частину навчального матеріалу, висвітлює його основний зміст, виявляє елементарні знання окремих положень, здатний до глибокого, всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, але не користується необхідною літературою; 9 – 13 балів – студент достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає, в основному розкриває зміст теоретичних запитань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу, послуговується науковою термінологією, але при висвітленні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації; 14-15 балів – студент у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно, самостійно та аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних запитань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу, вільно послуговується науковою термінологією.

Критерії оцінювання підсумкового семестрового контролю

Підсумковий семестровий контроль (залік) з дисципліни «Планування та організація туристичного бізнесу» здійснюється в усній формі. Білет складається з трьох теоретичних питань.

Підсумкова оцінка з дисципліни здійснюється згідно з Методикою переведення показників успішності знань студентів Університету в систему оцінювання за шкалою ECTS.

Таблиця відповідності оцінок за різними шкалами оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену	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	незараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	незараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Критерій оцінювання підсумкового контролю з дисципліни

- **«відмінно» (90-100 балів, A)** заслуговує студент, який виявив всебічне і глибоке знання програмового матеріалу, вміння вільно виконувати завдання, передбачені програмою, засвоїв основну і ознайомився з додатковою літературою, розуміє взаємозв'язок головних понять дисципліни та їх значення для майбутньої професії;
- **«добре» (82-89 балів, B)** заслуговує студент, який виявив повне знання програмного матеріалу, успішно виконує передбачені програмою завдання, засвоїв основну літературу рекомендовану програмою, виявив систематичний характер знань з дисциплін і здатний до самостійного доповнення, але під час відповіді допустив деякі неточності;
- **«добре» (74-81 бал, C)** заслуговує студент, що виявив не цілком повне знання програмного матеріалу, не завжди успішно виконує передбачені програмою завдання, частково засвоїв основну літературу, рекомендовану програмою, виявив не систематичний характер знань з дисциплін і не завжди здатний до їх самостійного доповнення і під час відповіді допускає деякі неточності;
- **«задовільно» (64-73 бали, D)** заслуговує студент, що виявив знання основного програмного матеріалу в обсязі, необхідному для подальшого навчання та майбутньої роботи за професією, вміє виконувати завдання, передбачені програмою, знайомий з основною рекомендованою літературою. Як правило, дана оцінка виставляється студентам, що допустили помилки у відповіді на заліку чи екзамені та при виконанні залікових або екзаменаційних завдань, але які володіють необхідними знаннями для їх усунення за допомогою викладача;

— «задовільно» (60-63 балів, E) заслуговує студент, що виявив часткове знання основного програмового матеріалу в обсязі, необхідному для подальшого навчання та майбутньої роботи за професією, не завжди вміє виконувати завдання, передбачені програмою, знайомий лише частково з основною рекомендованою літературою. Як правило, дана оцінка виставляється студентам, що допустили грубі помилки у відповіді на заліку чи екзамені та при виконанні залікових або екзаменаційних завдань, але які частково володіють необхідними знаннями для їх усунення за допомогою викладача.

— «незадовільно» (35-59 балів, FX) виставляється студенту, який виявив суттєві прогалини в знаннях основного програмового матеріалу, допустив принципові помилки у виконанні передбачених програмою завдань.

— «незадовільно» (0-34 балів, F) виставляється студенту коли протягом семестру він допустив грубі помилки у виконанні передбачених програмою завдань.

6. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

6.1. Зміст навчальної дисципліни

<i>Модуль 1</i>	
Тема 1. Планування в туристичному бізнесі: основні категорії та поняття	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	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	Виробничі фонди, основні фонди, оборотні фонди, основні засоби, оборотні засоби, оборотні фонди, фонди обігу, туроператор, туроператорська спеціалізація, туроператори масового ринку, спеціалізовані оператори,

<p>туристичного підприємства</p>	<p>цикли виробництва туристичного продукту, технології реалізації туристичного продукту, програмне забезпечення туристичного підприємства, ризики в туристичній діяльності, управління ризиками.</p>
<p>Тема 4. Планування та організація маркетингових заходів на туристичному підприємстві</p>	<p>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.</p>
<p>Тема 5. Маркетингові дослідження в туристичному бізнесі</p>	<p>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.</p>
<p>Тема 6. Планування комунікаційної політики туристичного підприємства</p>	<p>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.</p>

<p>Тема 7. Сегментування ринку</p>	<p>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.</p>
<p>Модуль 2</p>	
<p>Тема 8. Управління персоналом в туризмі</p>	<p>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.</p>
<p>Тема 9. Франчайзинг як особлива форма організації туристичного бізнесу</p>	<p>Франчайзинг, франшиза, франчайзер, франчайзі, роялті, гудвіл, франчайзинговий пакет, переваги франчайзингу в туристичному бізнесі, недоліки франчайзингу в туристичному бізнесі.</p>
<p>Тема 10. Особливості ціноутворення в сфері туристичного бізнесу</p>	<p>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.</p>
<p>Тема 11. Фінансовий план діяльності туристичного підприємства</p>	<p>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.</p>

Тема 12. Бізнес-план як кінцевий продукт планування	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	Поняття ефективності, 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.

6.2. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	Денна форма						Заочна форма					
	всього го	у тому числі					всього го	у тому числі				
		л	п	лаб	ін	с.р		л	п	лаб	ін	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Змістовий модуль 1												
Тема 1. Планування в туристичному бізнесі: основні категорії та поняття.	7	2	1			4	7	-				7
Тема 2. Розробка організаційного плану діяльності туристичного підприємства.	10	4	1			5	9	1	1			7
Тема 3. Розробка виробничого плану діяльності туристичного підприємства.	10	4	1			5	9	1	1			7
Тема 4. Планування та організація маркетингових заходів на туристичному підприємстві.	9	4	1			4	9	1	1			7
Тема 5. Маркетингові дослідження в туристичному бізнесі.	7	2	1			4	8	1				7
Тема 6. Планування комунікаційної політики туристичного підприємства.	7	2	1			4	8	1				7
Тема 7. Сегментування ринку.	7	2	1			4	7	-				7

<i>Модульна контрольна робота №1</i>	2	2	-			-	-					
Разом за змістовим модулем 1	59	22	7			30	57	5	3			49
<i>Змістовий модуль 2</i>												
Тема 8. Управління персоналом в туризмі.	7	2	1			4	8	1				7
Тема 9. Франчайзинг як особлива форма організації туристичного бізнесу.	7	2	1			4	8	1				7
Тема 10. Особливості ціноутворення в сфері туристичного бізнесу.	7	2	1			4	8	1				7
Тема 11. Фінансовий план діяльності туристичного підприємства.	7	2	1			4	8	1				7
Тема 12. Бізнес-план як кінцевий продукт планування.	9	2	2			5	9	1	1			7
Тема 13. Критерії та методи оцінки ефективності бізнесу.	7	2	1			4	7	-				7
<i>Модульна контрольна робота № 2</i>	2	2	-			-	-	-				-
Разом за змістовим модулем 2	46	14	7			25	48	5	1			42
Усього годин	105	36	14			55	105	10	4			91

6.3. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1.	Тема 1. Планування в туристичному бізнесі: основні категорії та поняття.	1	-
2.	Тема 2. Розробка організаційного плану діяльності туристичного підприємства.	1	1
3.	Тема 3. Розробка виробничого плану діяльності туристичного підприємства.	1	1
4.	Тема 4. Планування та організація маркетингових заходів на туристичному підприємстві.	1	1
5.	Тема 5. Маркетингові дослідження в туристичному бізнесі.	1	-
6.	Тема 6. Планування комунікаційної політики туристичного підприємства.	1	-
7.	Тема 7. Сегментування ринку.	1	-
8.	Тема 8. Управління персоналом в туризмі.	1	-
9.	Тема 9. Франчайзинг як особлива форма організації туристичного бізнесу.	1	-
10.	Тема 10. Особливості ціноутворення в сфері туристичного бізнесу.	1	-
11.	Тема 11. Фінансовий план діяльності туристичного підприємства.	1	-
12.	Тема 12. Бізнес-план як кінцевий продукт планування.	2	1
13.	Тема 13. Критерії та методи оцінки ефективності бізнесу.	1	-
14.	Разом	14	4

6.4. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1.	Тема 1. Планування в туристичному бізнесі: основні категорії та поняття. ✓ аналіз основної та додаткової літератури; ✓ огляд контрольних запитань;	4	7
2.	Тема 2. Розробка організаційного плану діяльності туристичного підприємства. ✓ аналіз основної та додаткової літератури; ✓ огляд контрольних запитань;	5	7
3.	Тема 3. Розробка виробничого плану діяльності туристичного підприємства.	5	7

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ аналіз основної та додаткової літератури; ✓ огляд контрольних запитань; 		
4.	<p>Тема 4. Планування та організація маркетингових заходів на туристичному підприємстві.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ аналіз основної та додаткової літератури; ✓ огляд контрольних запитань; 	4	7
5.	<p>Тема 5. Маркетингові дослідження в туристичному бізнесі.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ аналіз основної та додаткової літератури; ✓ огляд контрольних запитань; 	4	7
6.	<p>Тема 6. Планування комунікаційної політики туристичного підприємства.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ аналіз основної та додаткової літератури; ✓ огляд контрольних запитань; 	4	7
7.	<p>Тема 7. Сегментування ринку.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ аналіз основної та додаткової літератури; ✓ огляд контрольних запитань; 	4	7
8.	<p>Тема 8. Управління персоналом в туризмі.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ аналіз основної та додаткової літератури; ✓ огляд контрольних запитань; 	4	7
9.	<p>Тема 9. Франчайзинг як особлива форма організації туристичного бізнесу.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ аналіз основної та додаткової літератури; ✓ огляд контрольних запитань; 	4	7
10.	<p>Тема 10. Особливості ціноутворення в сфері туристичного бізнесу.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ аналіз основної та додаткової літератури; ✓ огляд контрольних запитань; 	4	7
11.	<p>Тема 11. Фінансовий план діяльності туристичного підприємства.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ аналіз основної та додаткової літератури; ✓ огляд контрольних запитань; 	4	7
12.	<p>Тема 12. Бізнес-план як кінцевий продукт планування.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ аналіз основної та додаткової літератури; ✓ огляд контрольних запитань; 	5	7
13.	<p>Тема 13. Критерії та методи оцінки ефективності бізнесу</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ аналіз основної та додаткової літератури; ✓ огляд контрольних запитань; 	4	7
14.	Разом	55	91

7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ, ВИКОРИСТАННЯ ЯКИХ ПЕРЕДБАЧАЄ НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА

Технічні засоби – комп'ютер, мультимедійний проектор.

Програмне забезпечення – офісні додатки, Інтернет-ресурси.

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання/навчальний посібник. К.: Знання України, 2002. 358с.
2. Агафонова Л.Г., Каролоп О.О. Показники і критерії конкурентоспроможності окремих видів туристичних послуг. Вісник КДТЕУ. 2000. №1. С 34-37.
3. Агафонова Л.Г., Рога О.В. Підготовка бізнес-плану: Практикум. 3-тє вид. К.: Товариство «Знання», КОО, 2001. 158с.
4. Бабарицька В. К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення тур продукту: навч. посіб. Вид. 2-ге, перероб. та допов. Київ: Альтерпрес, 2008. 230 с.
5. Байлик С.І. Проектування та експлуатація готелів: Навчальний посібник. К.: ХДО, 1995.
6. Бланк І. О. Інвестиційний менеджмент. Київ, 2003. 397 с.
7. Бойчук ІМ. Економіка підприємства: навч. посіб. Л.: Новий світ-2000, 2001. 212 с.
8. Василенко В.О. Ситуаційний менеджмент: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2013. 241с.
9. Виноградський М.Д. Організація праці менеджера: навч. Посіб. К.: Кондор, 2012. 234 с.
10. Вітлінський В.В. Модель вибору інвестиційного проекту. Фінанси України. 2002. № 4. С. 63-73.
11. Гончарова СЮ. Маркетинг: навч. посіб. Х.: Видавничий Дім «ІНЖЕК», 2003. 140 с.
12. Економіка підприємства : структурно-логічний посіб. / за ред. д-ра. екон. наук, проф. С.Ф. Покропивного. К.: КНЕУ, 2001. 454 с.
13. Економіка підприємства: підручник / за ред А.В. Ше-гди. К.: Знання, 2006. 614 с.
14. Загородній А.Т. Менеджмент реальних інвестицій. Серія «Вища освіта XXI століття». К.: Знання, 2000. 210 с.
15. Зубрицька І. Оподаткування та облік туристичної діяльності. «Дебет-Кредит». 2007. 11 червня. № 24.
16. «Герда», 2002. 230 с.
17. Косенков С. І. Маркетингові дослідження. К.: Скарби, 2004. 464 с.
18. Коюда В. Оцінювання реальних інвестицій. Банківська справа. 2000. № 4. С. 9.
19. Крушельницька О.В. Управління персоналом: навч. посіб. К.: Кондор, 2013. 151 с.

20. Куденко Н.С. Маркетингові стратегії фірми : монографія. К. : КНЕУ, 2002. 245 с.
21. Кузнецова Н.М. Основи економіки готельного та ресторанного господарства. К.: Інститут туризму ФПУ, 1997.
22. Куриляк, В. Є. Менеджмент: міжцивілізаційні і міжкультурні основи: монографія.К.: Кондор, 2010. 480 с.
23. Левченко В.М. Ціноутворення і оцінка ефективності проектів в інвестиційному менеджменті : навч. посіб. Макіївка: ДонДАБА, 2000. 126 с.
24. Липчук В.В. Маркетинг: теорія, методика, практика : навч. посіб. К. : НВФ «Українські технології», 2001. 260 с.
25. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопр-сторові аспекти) К.: Альтерпрес, 2002. 436 с.
26. Маркетинг : навч. посіб. К.: Центр навч. л-ри, 2003. 258 с.
27. Маркетинг: принципи і функції. Х.: Студцентр, 2002. 320 с.
28. Мних Є.В. Економічний аналіз діяльності підприємства. К. : КНТЕУ, 2008. 514 с.
29. Мороз Л.А. Маркетинг : підручник. Л.: Інтеллект-Захід, 2002. 244 с.
30. М.: «Талер», 2001, 198 с.
31. Мальська М.П., Бордун О.Ю. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2012. 248 с.
32. Осипов В.І. Економіка підприємства : підручник. О.: Маяк, 2005. 724 с.
33. Покропивний С.Ф., Соболев С.М., Швиданенко Г.О. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: навчальний посібник. К.: КНЕУ, 1998..208 с.
34. Полторак В.А. Маркетингові дослідження : навч. посіб. К. : Центр навч. л-ри, 2003. 387 с.
35. Старостіна А.Х. Маркетинг: навч. посіб. К. : Знання-Прес, 2002. 191 с.
36. Тарасюк Г.Ш. Планування діяльності підприємства. Житомир : ЖДТУ, 2003. 203 с.
37. Тягунова Н. М. Основи організації туристичного бізнесу. Кредитно-модульний курс: навч. посіб. К. : ЦУЛ, 2014. 130 с.
38. Чайка Г. Л. Самоменеджмент менеджера: навч. Посіб. К.: Знання, 2014. 422 с.
39. Черевко Г.В. Економіка підприємства: навч. посіб. Л.: Априорі, 2004. 348 с.
40. Швайка А.Л. Планування діяльності підприємства : навч. посіб. Л. : Новий світ-2000, 2006. 268 с.
41. Шинкаренко В.Г. Маркетинг : навч. посіб. Х. : ХНДДУ, 2002. 307 с.
42. Шегда А.В. Менеджмент: навч. посіб. К.: Знання, 2002. 354 с.
43. Шкапова О.М. Маркетинг послуг : навч. посіб. К. : Кондор, 2003. 304 с.
44. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії : навч. посіб. Чернівці : ЦТЕІКНТЕУ, 2003. 662 с.

**Результати перегляду
робочої програми навчальної дисципліни**

Робоча програма перезатверджена на 20__ / 20__ н.р. без змін; зі змінами (Додаток __).
(потрібне підкреслити)

протокол № __ від «__» _____ 20__ р. Завідувач кафедри _____
(підпис, Прізвище ініціали)

Робоча програма перезатверджена на 20__ / 20__ н.р. без змін; зі змінами (Додаток __).
(потрібне підкреслити)

протокол № __ від «__» _____ 20__ р. Завідувач кафедри _____
(підпис, Прізвище ініціали)

Робоча програма перезатверджена на 20__ / 20__ н.р. без змін; зі змінами (Додаток __).
(потрібне підкреслити)

протокол № __ від «__» _____ 20__ р. Завідувач кафедри _____
(підпис, Прізвище ініціали)

Робоча програма перезатверджена на 20__ / 20__ н.р. без змін; зі змінами (Додаток __).
(потрібне підкреслити)

протокол № __ від «__» _____ 20__ р. Завідувач кафедри _____
(підпис, Прізвище ініціали)

Робоча програма перезатверджена на 20__ / 20__ н.р. без змін; зі змінами (Додаток __).
(потрібне підкреслити)

протокол № __ від «__» _____ 20__ р. Завідувач кафедри _____
(підпис, Прізвище ініціали)