

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА»**

Факультет туризму

Кафедра туризмознавства і краєзнавства

Економіка в туризмі та готельно-ресторанній справі

Освітня програма «Туризмознавство»

Спеціальність Туризм

Галузь знань 241 “Туризм”

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол №__ від “__” _____ 2020 р.

м. Івано-Франківськ – 2020

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до курсу
3. Мета та цілі курсу
4. Результати навчання (компетентності)
5. Організація навчання курсу
6. Система оцінювання курсу
7. Політика курсу
8. Рекомендована література

1. Загальна інформація					
Назва дисципліни	Економіка в туризмі та готельно-ресторанній справі				
Викладач	Гуменюк Галина Михайлівна				
Контактний телефон викладача	+380990233246				
E-mail викладача	humenyukgalina@gmail.com				
Формат дисципліни	Змішаний (<i>blended</i>) – очно-дистанційний				
Обсяг дисципліни	Кредити ЄКТС –3(90 год.) 90 год				
Посилання на сайт дистанційного навчання	http://www.d-learn.pu.if.ua/index.php?mod=course&action=ReviewOneCourse&id_cat=73&id_cou=3586				
Консультації	Обговорення питань, що виникають у студентів під час вивчення тем, у класі Classroom Консультації проводять відповідно до графіку консультацій сайту кафедри				
2. Анотація до курсу					
Курс спрямований на вивчення особливостей розвитку теоретико -методологічних та організаційно - правових засад екскурсійної діяльності, особливостей підприємництва у сфері екскурсійних послуг. Зокрема, технології проектування екскурсійних послуг, методики та техніки проведення екскурсій, особливостей професійної майстерності екскурсоводів, оцінки якості екскурсійних послуг.					
3. Мета та цілі курсу					
<p>Метою викладання дисципліни «Економіка в туризмі та готельно-ресторанній справі» є формування в студентів спеціальних економічних знань щодо умов функціонування господарюючих об'єктів туристичного ринку в умовах жорсткого конкурентоспроможного середовища, аналізу їх господарсько-фінансової діяльності та прийняття управлінських рішень</p> <p>Цілі:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводити аналіз макро – та мікросередовища господарюючих суб'єктів туристичного ринку; - визначати поведінку туристичних підприємств, споживачів в умовах конкуренції; - з'ясувати основні фактори, що впливають на рівень цін у підприємствах готельного господарства та туризму. 					
4. Результати навчання (компетентності)					
<ul style="list-style-type: none"> - здатність працювати з документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом туристичного бізнесу; - здатність діяти у правовому полі, керуватися нормами законодавства. 					
5. Організація навчання курсу					
Обсяг курсу					
Вид заняття			Загальна кількість годин		
лекції			12		
семінарські заняття / практичні / лабораторні			18		
самостійна робота			60		
Ознаки курсу					
Семестр	Спеціальність		Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий	
II	Журналістика		1	Нормативний	
Тематика курсу					
Тема, план	Форма заняття	Літерату ра	Завдання, год	Вага оцінки	Термін виконання

<p>Тема 1. управління туристичним підприємством. Суть та особливості управління туристичним підприємством. Принципи управління туристичним підприємством.</p>	<p>лекція, семінарське заняття, самостійна робота</p>	<p>1, 5, 7, 8, 9</p>	<p>вивчення тематичного матеріалу (2 год+2 год+6год с.р.)</p>	<p>3 бали</p>	<p>протягом семестру згідно з розкладом занять</p>
<p>Тема 2. Стратегічний контекст підприємства. Корпоративна стратегія. Ділові (конкурентні) стратегії. Функціональні стратегії. Операційна стратегія. Виконання та контроль стратегій.</p>	<p>лекція, семінарське заняття, самостійна робота</p>	<p>1, 2, 3, 6</p>	<p>вивчення тематичного матеріалу (4 год+4 год+6год с.р.)</p>	<p>3 бали</p>	<p>протягом семестру згідно з розкладом занять</p>
<p>Тема3. Брендинг як елемент вартісно-орієнтованого управління підприємством. Поняття бренда та його життєвий цикл. Алгоритм створення і просування бренду. Бренд як актив підприємств та засіб комунікації. Піраміда капіталу бренда тур. Підприємства. Формування конкурентоспроможного туристичними бренду в умовах глобалізації.</p>	<p>лекція, самостійна робота</p>	<p>1, 4, 5, 6, 2</p>	<p>вивчення тематичного матеріалу (4 год+6 год с.р.)</p>	<p>3 бали</p>	<p>протягом семестру згідно з розкладом занять</p>
<p>Тема 4. Просування та збут. Формування збутової стратегії підприємства. Канали збуту тур послуг. Франчайзинг у системі туристичного бізнесу. Перехресний мерчандайзинг. Особливості мерчандайзинг у туристичній сфері.</p>	<p>лекція, самостійна робота</p>	<p>1, 4, 6</p>	<p>вивчення тематичного матеріалу (4 год+6 год с.р.)</p>	<p>3 бали</p>	<p>протягом семестру згідно з розкладом занять</p>
<p>Тема 5. Фінансово-економічні результати діяльності туристичних підприємств. Зміст і форми фінансової діяльності туристичного підприємства. Оцінка ефективності</p>	<p>лекція, самостійна робота</p>	<p>1, 4, 6, 8,</p>	<p>вивчення тематичного матеріалу (4 год+6 год с.р.)</p>	<p>3 бали</p>	<p>протягом семестру згідно з розкладом занять</p>

функціонування туристичного підприємства					
Тема 6. Контролінг, як інструмент управління підприємством. Сучасні характеристики контролінгу. Завдання і функції контролінгу. Роль контролінгу в управлінському процесі туристичного підприємства. Основні розділи контролінгу.	семінарське заняття, самостійна робота	1,3, 4, 5	вивчення тематичного матеріалу (2 год+6 год с.р.)	3 бали	протягом семестру згідно з розкладом занять
Тема 7. Управління системою маркетингових комунікацій туристичних підприємств. Сутність процесу управління системою маркетингових комунікацій у сфері туризму. Розробка та запровадження комплексу практичних заходів, спрямованих на удосконалення комунікаційної діяльності сучасних туристичних підприємств. Методи стимулювання збуту: робота із ЗМІ, участь у ярмарках, виставках.	семінарське заняття, самостійна робота	1, 4, 5, 6	вивчення тематичного матеріалу (2 год+6 год с.р.)	3 бали	протягом семестру згідно з розкладом занять
6. Система оцінювання курсу					
Загальна система оцінювання курсу	100б = 60б (поточний контроль) + 20б(контр. роб) + 20б(теорет. контроль (тест)) Оцінка за поточний контроль (максимум 60 балів) – середнє арифметичне з округленням до цілого оцінок отриманих на практичних заняттях та при перевірці самостійної роботи студентів, помножених на деякий коефіцієнт.				
Вимоги до письмової роботи	Виконувати чітко до вказаних інструкцій				
Практичні заняття	Оцінюються за 5-ти бальною шкалою				
Умови допуску до підсумкового контролю	Здача і захист практичних робіт, контрольної роботи та тесту з теоретичним контролем знань				
7. Політика курсу					
Політика курсу: Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. У випадку таких подій – реагування відповідно до Положення 1 і Положення 2					
8. Рекомендована література					
<ol style="list-style-type: none"> 1. Бабарицька В. К.Малиновська О.Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Київ: Вид-во Альтпрес, 2009. 288 с. 2. Брич В.Я. Туроперейтинг. Київ. 2015р. 276с. 3. Ганич Н. М., Антонюк В.Н., Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. Київ: Знання, 2008 р. 661 с. 					

4. Гуляев В. Г. Организация туристской деятельности. Москва. Номедж, 1996. 345с.
5. Дурович А. П., Копанев А. С. Маркетинг в туризме. Учебное пособие. - Минск, Экономпресс, 1998.
6. Ильина Е. Н. Туроперейтинг: организация деятельности. Учебник. Москва: Финансы и статистика, 2000. 256 С.
7. Ильина Е.Н. Туроперейтинг. Организация деятельности. Москва: ФИС, 2007. 480 с.
8. Квартальнов В. А. Туризм: Учебник. Москва: Финансы и статистика, 2000. 320 с.
9. Кусков А.С., Голубева В.Л. Туроперейтинг : учебник.
10. Любіцева О. О., Бабарицька В. К, Мельник О. П. Туристична сфера, готельне господарство та форми їх організації у світі. Конспект лекцій Київ: КДТЕУ, 1995.
11. Любіцева О.О. Методика розробки турів. Київ.
12. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг. Київ.
13. Основы туристической деятельности: Учебник/Г.И. Зорин, Е.Н. Ильина и др. Москва: Советский спорт, 2000. 224 с.
14. Мальська М., Худо В. Основы туристичного бізнесу. Київ: Центр навчальної літератури, 2004. 271 С.
15. Соболева Е.А., Соболев И.И. Финансово-экономический анализ деятельности турфирмы.
16. Основы туристической деятельности: Учебник/Г.И. Зорин, Е.Н. Ильина и др. Москва: Советский спорт, 2000. 224 с

**Викладач: доцент кафедри
туризмознавства і краєзнавства**

Гуменюк Г.М.