

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

**НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ НЕПЕРЕРВНОЇ
ОСВІТИ І ТУРИЗМУ**

Кафедра готельно-ресторанної справи та туризму

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Декан факультету (директор ННІ)

д.ю.н., проф. Іван ГРИЦЕНКО

«29» серпня 2024 р.

“СХВАЛЕНО”

на засіданні кафедри готельно -ресторанної
справи та туризму

Протокол № 2 від 16 серпня 2024 р.

Завідувач кафедри

д.е.н., проф. Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО

«РОЗГЛЯНУТО»

Гарант освітньої програми «Туризм»

к.е.н., доцент Ірина КУДІНОВА

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Бізнес-планування в туризмі»

Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Освітньо-професійна програма «Туризм»

ННІ неперервної освіти і туризму

Розробник: доцент кафедри, к.е.н., с.н.с. Олександр СТРЕТОВИЧ

Київ - 2024 р.

Опис навчальної дисципліни

Бізнес-планування в туризмі

(назва)

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Освітній ступінь	(Бакалавр)	
Спеціальність	242 «Туризм і рекреація»	
Освітня програма	«Туризм»	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Обов'язкова	
Загальна кількість годин	120	
Кількість кредитів ECTS	4	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (за наявності)	-	
Форма контролю	екзамен	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки (курс)	4	4
Семестр	8	7
Лекційні заняття	26 год.	10 год
Практичні, семінарські заняття	26 год.	10 год.
Лабораторні заняття	-	-
Самостійна робота	68 год.	-
Індивідуальні завдання	-	-
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання	4 год.	-

1. Мета, завдання, компетентності та програмні результати навчальної дисципліни

Метою вивчення дисципліни є формування теоретичних знань та практичних навичок з бізнес-планування, як елементу управління підприємством туристичного бізнесу.

Завданнями дисципліни є визначення сутності, цілей та завдань бізнес-планування як особливої форми діяльності туристичних підприємств; ознайомлення з методологічними основами бізнес-планування діяльності туристичних установ; ознайомлення з методами складання окремих розділів бізнес-плану; обґрунтування доцільності й обов'язковості використання бізнес-планів як надійного фінансово-економічного інструменту розвитку й підвищення ефективності підприємств туристичного бізнесу; розробка бізнес-плану підприємства туристичного бізнесу.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати: сутність, цілі та логіку бізнес-планування підприємств туристичної індустрії; методiku планування підприємств туристичної індустрії; види планування на туристичних підприємствах, та типізацію планування залежно від об'єкта;

вміти: визначати цілі планування, та досліджувати внутрішнє та зовнішнє середовища, як основу для планування; розробляти окремі розділи бізнес-плану: маркетинговий, виробничий, організаційний, фінансовий, оцінку ризику; здійснити фінансово-економічну діагностику спроможності бізнес-плану та надати оцінку ефективності його реалізації.

Набуття компетентностей:

інтегральна компетентність (ІК):

Здатність комплексно розв'язувати складні професійні задачі та практичні проблеми у сфері туризму і рекреації як в процесі навчання, так і в процесі роботи, що передбачає застосування теорій і методів системи екологічних та туризмознавчих наук, з урахуванням принципів збалансованого природокористування, в тому числі на природоохоронних територіях та у сільській місцевості

загальні компетентності (ЗК):

K03. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо

K04. Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу

K08. Навички використання інформаційних та комунікативних технологій

K09. Здатність виявляти, ставити і вирішувати проблеми

K12. Навички міжособистісної взаємодії

K14. Здатність працювати в команді та автономно, ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших принципів недоброчесності.

спеціальні (фахові) компетентності (СК):

K17. Здатність аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал територій

K18. Здатність аналізувати діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління

K20. Розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного)

K22. Розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем

K24. Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал

K25. Здатність використовувати в роботі туристичних підприємств інформаційні технології та офісну техніку

K27. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації

K30. Здатність працювати з документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом туристичного бізнесу

програмні результати навчання (ПРН):

ПР08. Ідентифікувати туристичну документацію та вміти правильно нею користуватися.

ПР10. Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна).

ПР19. Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань.

ПР20. Виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання.

ПР23. Діяти у відповідності з принципами неприпустимості корупції та будь-яких інших принципів недоброчесності.

2. Програма та структура навчальної дисципліни для:

– повного терміну денної (заочної) форми навчання;

– скороченого терміну денної (заочної) форми навчання.

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи бізнес-планування діяльності туристичних підприємств												
Тема 1. Бізнес-планування як особлива форма діяльності підприємств туристичного бізнесу	15	3	3			9	16	1	1			14
Тема 2. Методологічні основи бізнес-планування діяльності підприємств туристичного бізнесу	15	3	3			9	16	1	1			14
Тема 3. Систематизація основних видів планування діяльності підприємств туристичного бізнесу	18	4	4			10	16	1	1			14
Разом за змістовим модулем 1	48	10	10			28	48	3	3			42
Змістовий модуль 2. Розробка бізнес-плану туристичного підприємства												
Тема 4. Маркетинговий план діяльності туристичних установ	18	4	4			10	16	1	1			14
Тема 5. Виробничий план діяльності підприємства туристичного бізнесу	18	4	4			10	18	2	2			14
Тема 6. Фінансовий план.	18	4	4			10	19	2	2			15

Тема 7. Бізнес-план як кінцевий продукт планування	18	4	4			10	19	2	2			15
Разом за змістовим модулем 2	72	16	16			40	72	7	7			58
Всього за семестр	120	26	26			68	120	10	10			100

3. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи бізнес-планування діяльності туристичних підприємств		
1	Тема 1. Бізнес-планування як особлива форма діяльності підприємств туристичного бізнесу	3
2	Тема 2. Методологічні основи бізнес-планування діяльності підприємств туристичного бізнесу	3
3	Тема 3. Систематизація основних видів планування діяльності підприємств туристичного бізнесу	4
Змістовий модуль 2. Розробка бізнес-плану туристичного підприємства		
4	Тема 4. Маркетинговий план діяльності туристичних установ	4
5	Тема 5. Виробничий план діяльності підприємства туристичного бізнесу	4
6	Тема 6. Фінансовий план	4
7	Тема 7. Бізнес-план як кінцевий продукт планування	4
Всього за семестр		26
Підсумковий контроль		Екзамен

4. Теми самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Бізнес-планування як особлива форма діяльності підприємств туристичного бізнесу	9
2	Методологічні основи бізнес-планування діяльності підприємств туристичного бізнесу	9
3	Систематизація основних видів планування діяльності підприємств туристичного бізнесу	10
4	Маркетинговий план діяльності туристичних установ	10
5	Виробничий план діяльності підприємства туристичного бізнесу	10
6	Фінансовий план	10
7	Бізнес-план як кінцевий продукт планування	10
Всього за семестр		68

5. Засоби діагностики результатів навчання:

Контрольні питання, комплекти тестів для визначення рівня засвоєння знань студентами.

Контрольні питання по темах

Тема 1. Бізнес-планування як особлива форма діяльності підприємств туристичного бізнесу

1. Важливість планування в сучасному житті.
2. Основні наукові категорії планування.
3. Класифікація проектів.
4. Економічна сутність процесу планування.
5. Практичні завдання. впровадження планування на туристичному підприємстві.

Тема 2. Методологічні основи планування діяльності підприємств туристичного бізнесу

1. Методологічні рівні процесу планування.
2. Базові закони планомірного розвитку.
3. Загальнонаукові методи, що використовуються в плануванні діяльності туристичних підприємств.
4. Основні класифікації емпіричних методів дослідження.

Тема 3. Систематизація основних видів планування діяльності

1. Чотири підходи до визначення орієнтації планування: реактивний, інактивний, преактивний, інтерактивний.
2. Принципи інтерактивного планування.
3. Застосування різних видів планування: оперативного, тактичного, стратегічного, нормативного.
4. Підсистеми планування діяльності, туристичних установ.

Тема 4. Маркетинговий план діяльності туристичних установ

1. Вплив зовнішніх та внутрішніх факторів на діяльність туристичних установ.
2. Визначення, пріоритетів туристичних фірм на основі проведених маркетингових досліджень.
3. Методика розробки маркетингової стратегії.
4. Вибір найбільш, вдалої маркетингової стратегії.
5. Стратегічні альтернативи маркетингових підходів "товаринок", "Бостон консалтинг груп" та моделі Портера.
6. Оцінка маркетингових стратегій.
7. Зміст товарної політики.
8. Конкурентоздатність товару.
9. Планування розробки нової послуги.
10. Асортиментна політика.
11. Складові ціни туристичної послуги.
12. Стратегії ціноутворення.
13. Тип ринку, що визначає ціну.
14. Цінова еластичність.
15. Вплив комунікаційної системи на ефективність..:

5. Виробничий план діяльності підприємства туристичного бізнесу

1. Облік основних фондів підприємств туристичної індустрії.
2. Виробнича структура основних фондів.
3. Оцінка основних фондів.
4. Методи нарахування амортизації.
5. Оборотні фонди.

Тема 6. Фінансовий план

1. Особливості фінансових відносин туристичної установи.
2. Планування ключових фінансових показників на туристичному підприємстві.
3. Планування продуктивності, мотивації та оплати праці.
4. Планування податків на туристичному підприємстві.

Тема 7. Бізнес-план як кінцевий продукт планування

1. Сфера застосування, бізнес-планування.
2. Основні структурні елементи бізнес-планування.
3. Критерії оцінки інвестиційного проекту.
4. Комерційна ефективність проекту.
5. Бюджетна ефективність проекту.
6. Методи аналізу інвестиційних проектів.

Комплекти тестів

Тести до атестації 1. Теоретичні основи бізнес-планування діяльності туристичних підприємств

1. Планування це:
 - a) сукупність знань про закономірності розвитку різних господарських систем в майбутньому;
 - b) дослідження ринку;
 - c) досягнення поставлених цілей.
2. Об'єктом планування є:
 - a) Земля як планета Сонячної системи;
 - b) туристична фірма;
 - c) будь-яка організаційна система, відкрита для взаємодії.
3. Методологія планування це:
 - a) прийоми дослідження;
 - b) сукупність теоретичних висновків, загальних закономірностей наукових принципів розробки планів;
 - c) вибір орієнтації планування.
4. Проект це:
 - a) безперервний процес планування діяльності;
 - b) певний план дій, обумовлений конкретними цілями, що визначають спосіб його вирішення;

- c) програма розвитку регіонів.
- 5. Інвестиційний проект вимагає:
 - a) застосування нових технологій;
 - b) вкладення капіталу;
 - c) економічних перетворень.
- 6. Ціна є виразом закону:
 - a) вартості;
 - b) накопичення;
 - c) пропорційного розвитку виробництва.
- 7. Сучасна методологія виділяє основні рівні дослідження:
 - a) три;
 - b) дев'ять;
 - c) п'ять.
- 8. Теоретичному рівню дослідження відповідають:
 - a) експертні опитування;
 - b) комунікаційний підхід
 - c) принципи діалектики;
- 9. Теоретико-емпіричний рівень дослідження використовує:
 - a) регресійний аналіз;
 - b) дедукцію;
- 10. Емпіричний рівень дослідження використовує:
 - a) польові методи;
 - b) індукцію;
 - c) закон вартості.
- 11. Формалізовані методи:
 - a) платіжна матриця;
 - b) синтез;
 - c) аналіз.
- 12. Міждисциплінарні методи:
 - a) закон попиту та пропозиції;
 - b) картографічний;
 - c) системний підхід.
- 13. Дослідник, підготовлений за спеціальною програмою, грає роль звичайного покупця за методом:
 - a) Дельфі;
 - b) Таємничий покупець;
 - c) Аудит торгових точок.
- 14. Для дослідження вибирається фокус-група, що складається з:
 - a) 100-150 учасників;
 - b) 10-25 учасників;
 - c) 8-10 учасників.
- 15. Хоум-тест це:
 - a) глибинне фокусоване інтерв'ю;
 - b) домашній тест;
 - c) експрес-опитування.
- 16. Методикою «торгові панелі» користуються при визначенні:

- a) споживчого кошика сім'ї;
 - b) інформації про продажі;
 - c) специфічних властивостей окремого продукту.
17. Преактивізм складається з :
- a) аналізу минулого досвіду
 - b) передбачення майбутнього і підготовки до нього;
 - c) аналізу сучасного стану речей.
18. Основні принципи інтерактивного планування:
- a) участі;
 - b) аналізу;
 - c) аналогії.
19. Інтеграція охоплює взаємодію одиниць:
- a) всіх рівнів;
 - b) різних рівнів;
 - c) одного рівня
20. Стратегічне планування виконує:
- a) керівник підрозділу;
 - b) керівник установи;
 - c) менеджер напрямку.
21. Якщо об'єктом планування обрана туристична фірма, як елемент туристичної галузі країни, то застосовується:
- a) стратегічне планування;
 - b) нормативне планування;
 - c) тактичне планування.
22. Коли об'єктом планування є виробничий процес, то застосовується планування:
- a) оперативне;
 - b) тактичне;
 - c) стратегічне.
23. ПП забезпечує доходи бюджету на:
- a) 25%;
 - b) 35 %;
 - c) 5,5 %
24. Податок на додану вартість становить частину від обороту:
- a) десяту;
 - b) шосту;
 - c) четверту.
25. Виробіток працівників залежить від:
- a) величини зарплати;
 - b) акцизу;
 - c) прибутку від реалізації
26. Стимулювання праці працівників забезпечується:
- a) технологіями;
 - b) податками;
 - c) зарплатою.
27. Бізнес-план складається з основних частин:
- a) передмови;

- b) основної частини;
 - c) маркетингового розділу
28. Резюме складається з :
- a) трьох частин;
 - b) висновків бізнес-плану;
 - c) оперативного розділу
29. Фінансовий аналіз здійснюють з допомогою:
- a) ПДВ;
 - b) ПП;
 - c) показника Альтмана;
30. Ліквідність підприємства це:
- a) можливість розширювати виробництво;
 - b) спроможність оплатити короткотермінові кредити;
 - c) дістати прибуток.
31. Валовий прибуток визначають як:
- a) об'єм загальних продаж;
 - b) різниця між об'ємом продажів та ПДВ;
 - c) різниця між об'ємом продажів і ПП.
32. Прибуток чистий визначається як:
- a) різниця між об'ємом продажів та ПДВ;
 - b) різниця між об'ємом продажів і ПП.
 - c) різниця між балансовим прибутком і ПП
33. Поточний запас:
- a) час між двома послідовними постачаннями;
 - b) час необхідний для комплектації;
 - c) мінімальна необхідна кількість днів, на яку треба скласти запас.
34. Основна мета планування:
- a) ефективне управління підприємством;
 - b) забезпечення пропорційного та динамічного розвитку в майбутньому;
 - c) організація виробництва.
35. В інвестиційному проекті окреслюється зокрема:
- a) реформування виробництва;
 - b) концепція нової системи управління;
 - c) термін завершення.
36. За масштабом проекти класифікуються на:
- a) соціальні;
 - b) міжрегіональні;
 - c) комплексні.
37. За величиною проекти класифікуються на:
- a) мультипроект;
 - b) галузевий;
 - c) корпоративний.
38. Методика планування це:
- a) формалізовані дії дослідника;
 - b) сукупність методів для проведення конкретного дослідження;
 - c) сукупність способів, прийомів розробки планів.

39. Теоретичному рівню дослідження відповідають:
- a) аналіз;
 - b) системний підхід
 - c) закон попиту і пропозиції;
40. Теоретико-емпіричний рівень дослідження використовує:
- a) кореляційний аналіз;
 - b) аксіоматичний підхід;
 - c) експедиційний метод.
41. Емпіричний рівень дослідження використовує:
- a) метод мозкової атаки;
 - b) синтез;
 - c) метод районування.
42. Формалізовані методи:
- a) SWOT-аналіз;
 - b) регресійний аналіз;
 - c) дедукція.
43. Міждисциплінарні методи:
- a) закон попиту та пропозиції;
 - b) моделювання;
 - c) метод Дельфі.
44. Експертні методи:
- a) індукція;
 - b) аналогія;
 - c) метод «Дельфі»
45. Одержання даних про товарний асортимент торгових точок забезпечує:
- a) хол-тест;
 - b) аудит;
 - c) омнібус.
46. Споживчі панелі дають дані про:
- a) торгові точки;
 - b) ситуацію на ринку;
 - c) купівельну спроможність вибраних сімей.
47. Комплексні опитування, що проводяться з періодичністю називаються:
- a) хоум-тестом;
 - b) омнібусом;
 - c) аудитом
48. Методикою глибинного фокусованого інтерв'ю користуються при визначенні:
- a) тенденцій ринку;
 - b) специфічних властивостей даного продукту;
 - c) споживчого кошика сім'ї.

Тести до атестації 2. Розробка бізнес-плану туристичного підприємства

1. Планування розглядають у системі:

- a) природничих наук
- b) менеджменту;
- c) філософських наук.

2. Найважливішими категоріями проекту є:
 - a) комплексність;
 - b) системність;
 - c) результативність заходів
3. Об'єктом планування є:
 - a) людина;
 - b) туристичне підприємство;
 - c) будь-яка організаційна система, відкрита для взаємодії.
4. Теоретичному рівню дослідження відповідають:
 - a) матричні методи;
 - b) закони діалектики;
 - c) моделювання
5. Теоретико-емпіричний рівень дослідження використовує:
 - a) комунікаційний підхід
 - b) екстраполяцію;
 - c) регресійний аналіз
6. Емпіричний рівень дослідження використовує:
 - a) статистичний метод;
 - b) системний підхід;
 - c) закон попиту і пропозиції.
7. Формалізовані методи це:
 - a) матричні;
 - b) інтуїтивні;
 - c) опитування.
8. Міждисциплінарні методи:
 - a) закон попиту та пропозиції;
 - b) метод індексу випереджаючих показників;
 - c) системний підхід.
9. Методика спрямована на проведення сегментації ринку:
 - a) торгові панелі; споживчі панелі;
 - b) аудит торгових точок.
10. Управління туристичної фірми найчастіше користуються методом дослідження:
 - a) хоум-тест;
 - b) ролінгове опитування;
 - c) таємничий покупець.
11. Омнібус це:
 - a) дослідження з метою продажі даних;
 - b) глибинне інтерв'ю;
 - c) ролінгове опитування
12. Замовник омнібусу отримує дані у вигляді:
 - a) ексклюзивного експрес-звіту;
 - b) хоум-тесту;
 - c) хол-тесту.
13. Найбільшу аудиторію охоплює опитування за методом:
 - a) фокус-групи;
 - b) омнібусу;

- с) таємничого покупця.
- 14. найкраще співвідношення ціни-якості спостерігається при використанні:
 - а) аудиту торгових точок;
 - б) хол-тесту;
 - с) омнібусу
- 15. Реактивне планування базується на:
 - а) аналізі сучасного стану речей;
 - б) досвіді минулих років;
 - с) знанні майбутнього.
- 16. Принципи інтерактивного планування:
 - а) системності;
 - б) холізму;
 - с) комунікації.
- 17. Координація охоплює взаємодію одиниць:
 - а) всіх рівнів;
 - б) різних рівнів;
 - с) одного рівня
- 18. Комунальний податок залежить від:
 - а) середньо-спискова чисельність працівників;
 - б) зарплати працівників;
 - с) наявності транспорту.
- 19. ПДВ забезпечує доходи бюджету на:
 - а) 10%
 - б) 35 %
 - с) 50 %
- 20. Податок на прибуток становить відсоток від прибутку:
 - а) 6%
 - б) 25%
 - с) 10 %
- 21. Поточний запас це:
 - а) норма запасів матеріалів;
 - б) час необхідний для комплектації;
 - с) час між двома послідовними поставками.
- 22. Балансова відомість це:
 - а) фінансовий звіт фірми;
 - б) таблиця активів і пасивів фірми;
 - с) таблиця джерел капіталу.
- 23. Показник оборотності основних засобів це:
 - а) спроможність підприємства заплатити кредити;
 - б) співвідношення між текучими активами та пасивами;
 - с) співвідношення чистих продаж до вартості основних фондів.
- 24. Оборотні виробничі фонди це:
 - а) сукупність засобів і предметів праці;
 - б) засоби праці, що використовуються тривалий час;
 - с) засоби праці, що використовуються в одному виробничому циклі.
- 25. Амортизація це:

- a) процес відшкодування зношення основних фондів;
 - b) процес відшкодування зношення оборотних фондів;
 - c) процес відшкодування зношення виробничих фондів;
26. Стратегії орієнтовані на попит:
- a) диференційованих цін;
 - b) «вершків»
 - c) цінове лідерство
27. Цінова еластичність визначається:
- a) співвідношенням ціни та якості;
 - b) відношенням зміни величини попиту до зміни цін;
 - c) характером ринку.
28. Чистий приведений дохід інвестиційного проекту це:
- a) прибуток інвестора;
 - b) результат діяльності проекту;
 - c) прибуток за весь період приведений до початкового кроку.
29. Стратегії по відношенню до ринку:
- a) низьких витрат;
 - b) вузької спеціалізації;
 - c) диверсифікації.
30. За БКГ основна частка прибутку забезпечується такими видами продукту:
- a) «зірками»
 - b) «собаками»
 - c) «коровами»
31. Основні фінансові показники бізнес-плану відображені у розділі:
- a) маркетинговому;
 - b) виробничому;
 - c) фінансовому.
32. Методи оцінки вибраної стратегії:
- a) дерево рішень;
 - b) щоденникові панелі;
 - c) аудит.
33. Метою складання бізнес-план є:
- a) планування господарської діяльності;
 - b) одержання прибутку;
 - c) вибір форм господарювання
34. За у мови перебування підприємства на єдиному податку, сплачується державі:
- a) 35 %
 - b) 10%
 - c) 25%
35. Інактивне планування націлене на:
- a) планування майбутнього;
 - b) збереженні існуючого стану речей;
 - c) повернення до минулого.
36. Основні принципи інтерактивного планування:
- a) досягнення прибутковості
 - b) неперервності;

- с) аналіз минулого досвіду
- 37. Інтеграція охоплює взаємодію одиниць:
 - а) всіх рівнів;
 - б) різних рівнів;
 - с) одного рівня
- 38. Нормативне планування здійснюється:
 - а) керівництвом підприємства;
 - б) керівником проекту;
 - с) вищим керівництвом всієї галузі.
- 39. Оперативне планування здійснюється:
 - а) менеджером з напрямку;
 - б) керівником проекту;
 - с) керівником підприємства
- 40. Стратегічний план здійснюється за:
 - а) квартал;
 - б) до 10 років;
 - с) рік.
- 41. Місія підприємства:
 - а) прибуток;
 - б) задоволення споживачів;
 - с) ефективність виробництва
- 42. Ціль діяльності підприємства це:
 - а) прибуток;
 - б) кар'єрний ріст;
 - с) покращення добробуту суспільства.
- 43. За умови перебування підприємства на єдиному податку, сплачується державі:
 - а) 35 %
 - б) 10% доходу
 - с) 25%.
- 44. Туристичні агенції є платниками податку:
 - а) акциз;
 - б) на землю;
 - с) ПДВ.
- 45. Стратегії по відношенню до продукту:
 - а) диференціації;
 - б) вертикальної інтеграції;
 - с) диверсифікації
- 46. SWOT- аналіз це:
 - а) аналіз ситуації на ринку;
 - б) дослідження конкурентів;
 - с) аналіз факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.
- 47. До факторів внутрішнього середовища відносяться:
 - а) споживачі;
 - б) конкуренти;
 - с) управління.
- 48. Коефіцієнт оборотності показує:

- a) кількість оборотів за рік;
- b) кількість оборотних коштів, що припадає на гривню реалізованої продукції;
- c) тривалість обороту.

49. Гарантійний запас:

- a) половина поточного запасу;
- b) час між двома поточними постачаннями;
- c) мінімальна кількість сировини.

50. Коефіцієнт рентабельності:

- a) відношення чистого прибутку до затрат;
- b) мінімально необхідний прибуток;
- c) відношення собівартості до загальних продаж.

51. Життєвий цикл туристичного продукту має:

- a) етап зрілості;
- b) етап підготовки;
- c) етап реабілітації.

52. Методи оцінки вибраної стратегії:

- a) платіжна матриця;
- b) таємничий покупець;
- c) споживчі панелі.

53. Бостонська консалтингова група виділяє основні групи продуктів, для яких формуються стратегії:

- a) дві;
- b) чотири;
- c) шість.

6. Методи навчання

Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності студентів, які використовуються при вивченні дисципліни:

- 1) словесний (лекція, дискусія, співбесіда);
- 2) практичний метод (практичні заняття);
- 3) наочний (ілюстрація, демонстрація);
- 4) робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату, написання тез, статей);
- 5) відеометод (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);
- 6) самостійна робота (виконання завдань, «есе», навчальні тести);
- 7) індивідуальна науково-дослідна робота здобувачів вищої освіти.

7. Методи оцінювання

При вивченні дисципліни застосовуються наступні методи контролю: *усний і письмовий*. Контроль з дисципліни складається з поточного контролю, який проводиться у формі усного опитування або письмового експрес-контролю на заняттях, у формі виступів студентів при обговоренні питань, тощо. Результати поточного контролю (поточна успішність) є основною інформацією для визначення модульної оцінки і враховуються при визначенні підсумкової залікової оцінки з дисципліни.

Поточний контроль здійснюється під час проведення модульного контролю.

Підсумковий контроль засвоєння модулів здійснюється по їх завершенню на підсумкових заняттях.

Формами контролю засвоєння основного матеріалу курсу є:

1. Опитування студентів під час проведення практичних занять;
2. Контрольні письмові роботи (тести) в аудиторії на практичних заняттях (0,5 год. на тест), як результат засвоєння матеріалу попередніх тем (в elearn);
3. Індивідуальні завдання для самостійного опрацювання додаткового матеріалу по тематиці курсу (в elearn);
4. Екзаменаційне завдання як результат вивчення всього курсу (в elearn).

8. Розподіл балів, які отримують студенти.

Оцінювання знань студента відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України» (наказ про введення в дію від 27.12.2019 р. № 1371)

Рейтинг студента, бали	Оцінка національна за результатами складання	
	екзаменів	заліків
90-100	Відмінно	Зараховано
74-89	Добре	
60-73	Задовільно	
0-59	Незадовільно	Не зараховано

Для визначення рейтингу студента (слухача) із засвоєння дисципліни $R_{\text{дис}}$ (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу студента (слухача) з навчальної роботи $R_{\text{нр}}$ (до 70 балів): $R_{\text{дис}} = R_{\text{нр}} + R_{\text{ат}}$.

9. Навчально-методичне забезпечення

1. Силабус дисципліни «Бізнес-планування в туризмі» ЕНК «Бізнес-планування в туризмі» - <https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=3086>
2. Методичні рекомендації до самостійної роботи з дисципліни «Бізнес-планування у туризмі» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня освіти, галузі знань 24 «Сфера обслуговування», спеціальності 242 «Туризм» / Левицька І.В. – Київ: НУБіП, 2019.
3. Методичні рекомендації до практичних занять з дисципліни «Бізнес-планування у туризмі» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня освіти, галузі знань 24 «Сфера обслуговування», спеціальності 242 «Туризм» / Левицька І.В. – Київ: НУБіП, 2019.

10. Рекомендовані джерела інформації

Основна література

1. Бізнес-планування підприємницької діяльності: навч. посіб. / З. С. Варналій, Т. Г. Васильців, Р. Л. Лупак, Р. Р. Білик. Чернівці: Технодрук, 2019. -264 с.
2. Варналій З. С. Конкуренція і підприємництво : монографія / З. С. Варналій. – К. : Знання України, 2015. – 463 с.
3. Волошина С. В. Бізнес-планування : курс лекцій для студентів ступеня «бакалавр». Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2017. 71 с.

4. Летуновська Н. Є. Маркетинг у туризмі : підручник. Суми : Сумський державний університет, 2020. 270 с.
5. Цвілій С. М., Кукліна Т. С., Зайцева В. М. Маркетинг в туризмі : навчальний посібник. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. 260 с.

Допоміжна література

6. Яценко В. М. Інвестиційна діяльність та бізнес-планування на підприємствах туристичної сфери. Матеріали 6-ї міжнародної науково-практичної конференції «Туризм і гостинність: стан, проблеми, перспективи», 18.11.2021 р. ЧНУ ім. Б. Хмельницького. 2021.
7. Яценко В. М. Розвиток індустрії міжнародного туризму в світовій економічній системі. Financial-economic and innovative support of entrepreneurship development in the spheres of economy, tourism and hotel-restaurant business: collective Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics», №45 (2024) 109-114 <https://modecon.mnau.edu.ua> | ISSN 2521-6392
8. Bazhenova S., Oliinyk O., Dolynska O., Skidanov O. & Yatsenko V. Economic Development of the State with the Help of the Tourism Industry in Crisis Situations. Econ. Aff.. 68(01s). 2023. P. 299-308. DOI: 10.46852/0424-2513.1s.2023.32. <https://ndpublisher.in/admin/issues/EAv68n1sz6.pdf>.
9. Vasylytsiv T. G., Lupak R. L., Kynytska-Iliash M. V. Strategic approaches to the effective use of intangible assets as a condition for strengthening the competitiveness of enterprises. Scientific Bulletin of Polissia. – 2018. – № 2 (14), P. 2. – P. 8-15.
10. Vasylytsiv T., Lupak R., Osadchuk Yu. Assessment of the level of penetration of import dependence in the context of the import substitution policy in Ukraine. Economic Annals-XXI. – 2017. – № 167 (9-10). – P. 13-17.

Інформаційні ресурси

1. <http://www.management.com.ua>
2. <http://www.world-hotal.com>
3. <http://www.world-hotals.net>
4. Бізнес-план: приклади, структура та як його скласти [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://ua.weblium.com/blog/biznes-plan-sho-ce-yak-sklasti-prikladi-marketing-ua.com>
5. Все про відпочинок в Закарпатті [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://tourinform.org.ua>
6. Офіційний туристично-інформаційний портал Закарпаття [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.transcarpathiatour.com.ua>
7. Розвиток туризму [Електронний ресурс] / Сайт Всесвітньої організації туризму – Режим доступу: <http://sdt.unwto.org>
8. Як скласти бізнес-план [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://seo-marketing.com.ua/biznes-plan-iak-ioho-sklasty-ta-chomu-vin-vazhlyvyi-rozdily-ta-struktura>