

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу і консалтингу

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Декан факультету (директор ННІ)

_____ д.е.н., доц. Ковальова О.В.

“ ____ ” _____ 20__ р.

РОЗГЛЯНУТО І СХВАЛЕНО

на засіданні кафедри туристичного та
готельно-ресторанного бізнесу і
консалтингу

Протокол № 15 від "26" травня 2021 р.

Завідувач кафедри

_____ д.е.н., доц. Басюк Д.І.

РОЗГЛЯНУТО

Гарант освітньої програми
доцент кафедри туристичного
та готельно-ресторанного
бізнесу і консалтингу

_____ к.е.н. Кудінова І.П.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ У ТУРИЗМІ

спеціальність 242 «Туризм»

освітня програма «Туризм»

Факультет (ННІ) Начально-науковий інститут неперервної освіти і туризму

Розробники: професор кафедри, д.е.н. професор Левицька І.В.

(посада, науковий ступінь, вчене звання)

Київ – 2021р.

1. Опис навчальної дисципліни

Бізнес-планування у туризмі

(назва)

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Освітній ступінь	<i>(Бакалавр)</i>	
Спеціальність	242 «Туризм»	
Освітня програма	«Туризм»	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	вибіркова	
Загальна кількість годин	150	
Кількість кредитів ECTS	5	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (за наявності)	-	
Форма контролю	<i>залік/екзамен</i>	
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	<i>13 год.</i>	<i>10 год</i>
Практичні, семінарські заняття	<i>13 год.</i>	<i>10 год.</i>
Лабораторні заняття	-	-
Самостійна робота	<i>124 год.</i>	-
Індивідуальні завдання	<i>4 год.</i>	-
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання	<i>4 год.</i>	-

2. Мета, завдання та компетентності 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 найчастіше застосовуваними на практиці господарювання підприємств туристичного бізнесу 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; методіку 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:

загальні компетентності (ЗК):

ЗК04. Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу;

ЗК06. Здатність шукати, обробляти та аналізувати інформацію з різних джерел;

ЗК07. Здатність зосереджуватись на якості та результаті виконанні завдань;

ЗК08. Навички використання інформаційних та комунікативних технологій;

ЗК12. Навики міжособистісної взаємодії, уміння працювати автономно в команді;

ЗК13. Здатність планувати час та управляти ним;

фахові (спеціальні) компетентності (ФК):

ФК01. Знання та розуміння предметної області своєї професії;

ФК02. Уміння застосовувати фахові знання на практиці;

ФК03. Здатність аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал території;

ФК06. Розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного);

ФК08. Розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичного індустрії та її підсистем;

ФК10. Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал;

ФК11. Здатність використовувати в роботі туристичних підприємств інформаційні технології та офісну техніку

ФК15. Здатність діяти у правовому полі, керуватися нормами законодавства;

ФК16. Уміння працювати з документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом туристичного бізнесу;

3. 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	11	1	1			9	14	2	2			10

особлива форма діяльності підприємств туристичного бізнесу												
Тема 2. Методологічні основи бізнес-планування діяльності підприємств туристичного бізнесу	13	2	2			10	12	2				10
Тема 3. Систематизація основних видів планування діяльності підприємств туристичного бізнесу	14	2	2			10	20					20
Разом за змістовим модулем 1	37	5	5			29	46	4	2			40
Змістовий модуль 2. Розробка бізнес-плану туристичного підприємства												
Тема 4. Маркетинговий план діяльності туристичних установ	24	2	2			28	4	2	2			20
Тема 5. Виробничий план діяльності підприємства туристичного бізнесу	24	2	2			28	4	2	2			20
Тема 6. Фінансовий план.	29	2	2			28	4	2	2			20
Тема 7. Бізнес-план як кінцевий продукт планування	34	2	2			34	2		2			30
Разом за змістовим модулем 2	111	8	8			95	104	6	8			90
Всього за семестр	150	13	13			124	150	10	10			130

4. 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	1
2	Тема 2. Методологічні основи бізнес-планування діяльності підприємств туристичного бізнесу	2
3	Тема 3. Систематизація основних видів планування діяльності підприємств туристичного бізнесу	2
Змістовий модуль 2. Розробка бізнес-плану туристичного підприємства		
4	Тема 4. Маркетинговий план діяльності туристичних установ	2

5	Тема 5. Виробничий план діяльності підприємства туристичного бізнесу	2
6	Тема 6. Фінансовий план	2
7	Тема 7. Бізнес-план як кінцевий продукт планування	2
Всього за семестр		13
Підсумковий контроль		Залік

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

5.1. Контрольні питання по темам

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.

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

24. Оборотні виробничі фонди це:
- a) сукупність засобів і предметів праці;
 - b) засоби праці, що використовуються тривалий час;
 - c) 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;
 - c) аналіз минулого досвіду
37. Інтеграція охоплює взаємодію одиниць:
- a) всіх рівнів;
 - b) різних рівнів;
 - c) одного рівня
38. Нормативне планування здійснюється:
- a) керівництвом підприємства;
 - b) керівником проекту;
 - c) вищим керівництвом всієї галузі.
39. Оперативне планування здійснюється:
- a) менеджером з напрямку;
 - b) керівником проекту;
 - c) керівником підприємства
40. Стратегічний план здійснюється за:
- a) квартал;
 - b) до 10 років;
 - c) рік.
41. Місія підприємства:
- a) прибуток;
 - b) задоволення споживачів;
 - c) ефективність виробництва
42. Ціль діяльності підприємства це:
- a) прибуток;
 - b) кар'єрний ріст;
 - c) покращення добробуту суспільства.
43. За умови перебування підприємства на єдиному податку, сплачується державі:
- a) 35 %
 - b) 10% доходу
 - c) 25%.
44. Туристичні агенції є платниками податку:
- a) акциз;
 - b) на землю;
 - c) ПДВ.
45. Стратегії по відношенню до продукту:
- a) диференціації;
 - b) вертикальної інтеграції;
 - c) диверсифікації
46. SWOT- аналіз це:
- a) аналіз ситуації на ринку;
 - b) дослідження конкурентів;
 - c) аналіз факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.

47. До факторів внутрішнього середовища відносяться:
- a) споживачі;
 - b) конкуренти;
 - c) 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.

В рамках вивчення дисципліни передбачається проведення лекцій, практичних, самостійної та індивідуальної роботи студентів.

Лекція є основною формою навчального процесу. Мета лекції – розкрити основні положення теми, досягнення науки, з'ясувати невирішені проблеми, узагальнити досвід роботи, дати рекомендації щодо використання основних висновків за темами на практичних заняттях.

Лекція має структуру набуття нових знань і містить такі елементи:

- вступ, де дається мотивація навчання, чітке формулювання теми лекції та постановка завдання;

- викладення в логічній послідовності окремих частин лекції;

- висновки, що дають можливість осмислити лекцію в цілому і виділити основну ідею;

- конкретне завдання на самостійну роботу;

- відповіді на запитання.

Основні вимоги до лекції:

- високий теоретичний рівень інформації, посилання на законодавчі та нормативні акти, на нові досягнення науки;

- розкриття наукових засад курсу;

- зв'язок теорії з практикою, зосередження уваги студентів на питаннях, які вирішуються у світлі сучасних вимог;
- рекомендації до поглибленого самостійного вивчення тем, необхідних для практичної роботи.

Передбачається застосування таких видів лекцій: вступної, тематичних та підсумкової; залежно від методів викладу навчального матеріалу: монологічних, проблемних, лекцій-бесід тощо.

Практичне заняття – це колективний науковий пошук певної навчальної проблеми і шляхів її ефективного розв'язання. Учасники заняття аналізують проблему, виявляють причинно-наслідкові зв'язки, висувають шляхи її оптимального вирішення, відповідають на запитання і дискутують. Проводиться, як правило, зі студентами, які мають відповідну підготовку й досвід самостійного вивчення складних наукових і практичних проблем. В ході практичного заняття студенти вирішують ситуаційні та тестові завдання.

Основні вимоги до практичного заняття:

- продуманість змісту теми, її проблем та методики обговорення;
- визначення цілей, дидактичних і виховних завдань заняття;
- проблемна постановка запитань;
- увага до тестових питань (відкритих та закритих) та логіки їх розкриття;
- постійне керування перебігом практичного заняття, створення атмосфери невимушеності, полемічності й творчої активності;
- стимулювання дискусії;
- забезпечення всебічного розгляду й аналізу навчальних проблем, об'єктивна оцінка виступів і відповідей, своєчасне їх коригування;
- орієнтація студентів на подальшу самостійну роботу над навчальним матеріалом тощо.

Самостійна робота студентів полягає у вивченні та опрацюванні наукової, навчально-методичної літератури, законодавчих і нормативних актів, виконанні навчальних завдань.

У процесі самостійної роботи студенту необхідно вивчити за допомогою рекомендованої літератури весь матеріал, передбачений програмою курсу.

7. Форми контролю.

1. Система оцінювання знань, вмінь та навичок студентів передбачає виставлення оцінок за усіма формами проведення занять.

Перевірка та оцінювання знань студентів може проводитися у наступних формах.

1. Оцінювання роботи здобувачів під час практичних занять.
2. Оцінювання самостійної роботи.
3. Проведення підсумкового контролю (заліку).

	№ залікового кредиту	№ атестації	Назва змістовного модуля	Види навчальної дисципліни	Загальна кількість заходів/ годин	Кількість балів за кожний вид діяльності
Поточний контроль	Екзаменаційний кредит 150 год./ 5 кр.	Атестація I: 37 год./1,2 кр.	Атестація 1. Теоретичні основи бізнес-планування діяльності туристичних підприємств	Лекції	3/5	3
				Практичні	3/5	9
				Самостійна робота	2/29	6
				Контрольні заходи	1	5
				Всього А I	9/39	23 б.
				Захист атестації I	1	5 б.
Всього за атестацію 1						28 б.

	Атестація II: 111 год./ 3,8 кр.	Атестація 2. Розробка бізнес-плану туристичного підприємства	Лекції	4/8	4
			Практичні	4/8	12
			Самостійна робота	5/95	16
			Контрольні заходи	1	5
			Всього А2	13/111	37 б.
			Захист атестації 2	1	5 б.
Всього за атестацію 2				42 б.	
Всього за поточний контроль				70 б.	
Підсумковий контроль			1	30 б.	
РАЗОМ			26/150	100 б.	

На практичному занятті об'єктами оцінки є: усні відповіді студентів; результати тестування; активність по суті теми заняття; доповнення та коментарі; стиль виступу; грамотність та глибина володіння матеріалом; участь в обговоренні дискусійних питань; правильність розрахунків; рівень підготовки до практичного заняття; письмові відповіді.

Оцінка самостійної роботи:

- виконання індивідуального завдання;
- підготовка та розробка бізнес-плану за темою, яку обирає студент з погодженням викладача.

Порядок поточного оцінювання знань

Поточне оцінювання здійснюється під час проведення практичних занять і має на меті перевірку рівня підготовки студентів до встановлених завдань. Зокрема, поточному контролю підлягають:

- 1) активність та результативність роботи студента протягом семестру у вивченні програмного матеріалу дисципліни; відвідування занять;
- 2) виконання індивідуального завдання;
- 3) виконання проміжного тестового завдання.

Контроль систематичності виконання самостійної роботи та активності на практичних заняттях.

Оцінювання здійснюється за наступними критеріями:

- 1) ступінь засвоєння матеріалу дисципліни;
- 2) ознайомлення з основною та додатковою літературою;
- 3) логіка, стиль виклад матеріалу в письмових роботах та усному виступі, вміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки;
- 4) якість, самостійність та своєчасність виконання необхідних завдань.

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 уведення в дію від 27.12.2019 р. № 1371)

Рейтинг студента, бали	Оцінка національна за результати складання	
	екзаменів	заліків
90-100	Відмінно	
74-89	Добре	
60-73	Задовільно	
	Зараховано	

0-59	Незадовільно	Не зараховано
-------------	---------------------	----------------------

Для визначення рейтингу студента (слухача) із засвоєння дисципліни **R**_{дис} (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу студента (слухача) з навчальної роботи **R**_{НР} (до 70 балів): **R**_{дис} = **R**_{НР} + **R**_{АТ}.

9. Методичне забезпечення

1. 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. –

2. 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. Рекомендована література

- нормативно-правові акти

1. Конституція України.-К.: Україна, 1996.
2. Господарський Кодекс України № 436-IV від 16.01.2003 р.
3. Положення про типовий бізнес-план: Затв. Наказом Фонду державного майна України від 26.10.94. № 301 // Підприємництво і ринок України. – 1994. - № 11.
4. Про акцизний збір: Закон України № 1996-ХІІ від 18.12.3991 (зі змінами та доповненнями).
5. Про власність: Закон України № 697-ХІІ від 7.12.1991
6. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України з питань оподаткування: Закон України № 1523-ІІІ від 02.03.2000.
7. Про внесення змін до Закону України “Про антимонопольний комітет України” № 1907-14 від 13.07.2000 р.: Закон України // Голос України. – 01.09.2000.
8. Про господарські товариства: Закон України від 19.09.1991 р. № 1576-ХІІ (зі змінами і доповненнями).
9. Про захист прав споживачів: Закон України № 1023-ХІІ від 12.05.1993 (зі змінами та доповненнями).
10. Про захист споживчого ринку в Україні: Закон України №1255-ХІІ від 25.06.1991
11. Про інвестиційну діяльність: Закон України № 1560-ХІІ від 18.09.1991 (зі змінами та доповненнями).
12. Про об'єднання громадян: Закон України // Голос України. – 18.07.2000.
13. Про оплату праці: Закон України № 108/95 ВР від 24.03.1995 (зі змінами та доповненнями).
14. Про оподаткування прибутку підприємств: Закон України № 83/97-ВР від 22.05.1997 (зі змінами та доповненнями).
15. Національні стандарти бухгалтерського обліку в Україні: Закон. Положення. Інструкції: 36. норм.-прав. актів / Упоряд. Д.О, Горлов, Ї.В. Шпак. - К.: Юрінком Інтер, 2000.
16. Про податок на додану вартість: Закон України № 168/97-ВР від 3.04.1997 (зі змінами та доповненнями).
17. Про приватизацію майна держаних підприємств: Закон України// Вісник податкової служби України. – 27.10.2004.

18. Про приватизацію невеликих державних підприємств (малу приватизацію): Закон України // Вісник податкової служби України. – 27.10.2004.

19. Про систему оподаткування: Закон України № 1251 -XII від 25.06.1991 (зі змінами та доповненнями).

20. Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва. Указ Президента України № 746/99 від 28.06.1999 (зі змінами та доповненнями).

21. Про впорядкування застосування контрактної форми трудового договору: Постанова Кабінету Міністрів України № 170 від 19.03.1994.

22. Методика складання бізнес-планів (Агентство з питань запобігання банкрутства підприємств та організацій): наказ/методика ; 56 від 04.21.1997 р.

23. Методичні рекомендації з формування складу витрат та порядку і планування в торговельній діяльності: Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 22.05.2002 р. № 145.

– основна;

1. Акуленок Д.Н., Буров В.П., Морозкин В.А., Новиков О.К. Бізнес-план фірми. - М.: Гном-пресс, 1998.

2. Бізнес-план или как повысить доходность вашего предприятия. -М.: АНКИЛ, 2005.

3. Бізнес-план инвестиционного проекта. - М.: Экспертное бюро-М, 2004.

4. Бізнес-план: рекомендации по составлению. Нормативная база. / Ред. А.В.Громков. - М.: Приор, 2003.

5. Бізнес-планы. Под ред. Степановой - М.: Лаборатория базовых знаний, 2004.-239с.

6. Бланк І.О. Основи інвестиційного менеджменту: Монографія: У 2 т. - К.: Ельга-Н, Ніка-Центр, 2001.

7. Буров В.П. Бізнес-план инвестиционного проекта. Методика составления. - М.: ЦИПКК АП, 2003.

8. Василенко В.А. Стратегия и инновации в системе менеджмента: Учебное пособие. - М: МГИУ, 2001.

9. Василенко В.А., Ткаченко Т.І. Стратегічне управління. – К.: ЦУЛ, 2003.

10. Головань С.И. Бізнес-планирование. Учеб. пособие. - Ростов на/Д.: Феникс, 2004.

11. Горемыкин В.А., Богомоллов А.Ю. Бізнес-план. - М.: Ось-89, 2003.

12. Горохов М.Ю., Малев В.В. Бізнес-планирование и инвестиционный анализ. - М.: Информационно-издательский дом “Филинь”, 2003.

13. Гуткевич С.А. Бізнес-план як інструмент управління (структура та розробка) // Актуальні проблеми економіки. - 2003. - № 2, С. 79-82.

14. Ефимова О.П., Ефимова А.И Экономика общественного питания и гостиничного хозяйства / Под ред. Н.И. Кабушкина. - Мн.: 000 “Новое знание”, 2003.

15. Зигель Э.С. Пособие по составлению бизнес-плана. / Пер. с англ. - М.: Сирин, 2002.

16. Куницына Н.Н., Ушвицкий Л.И., Малеева А.В. Бізнес-планирование в коммерческом банке. - М.: Финансы и статистика, 2003.

17. Кураков Л.П. Бізнес-план: Зарубежный и отечественный опыт. -Чебоксары: Изд-во Чувашск. ун-та, 2004.

18. Лігоненко Л. О. Управління підприємницьким ризиком як елемент протидії банкрутству торговельного підприємства. Навчальний посіб.- К.: КДТЕУ, 1998.

19. Любанова Т.П., Мясоедова Л.В., Грамотенко Т.А., Олейникова Ю.А. Бизнес-план. Опыт, проблемы. - М.: ПРИОР, 2002.
20. Макаревич Л.М. Бизнес-план для иностранного инвестора. - М.: Финпресс, 1998.
21. Маниловский Р.Г., Юлкина Л.С., Колесникова Н.А., Маневич П.Б. Бизнес-план: Методические материалы. - М.: Финансы и статистика, 2002.
22. Пелих А.С. Бизнес-план. - М.: Ось-89,2002.
23. Покропивний С.Ф., Соболев С.М., Швиданенко Г.О. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування. - К.: КНЕУ,2003.
24. Покропивний С.Ф., Колот В.М. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність: Навч. посіб. - К.: КНЕУ, 1998.
25. Попов В.М., Кураков Л.П., Ляпунов С.И., Медведев Г.В. и др. Сборник бизнес-планов с комментариями и рекомендациями. – М.: Финансы и статистика, 2002.
26. Розробка бізнес-плану (довідник по плануванню малого бізнесу).-К.: Венчур, 2004.-14с.
27. Сергеев А.А. Экономические основы бизнес-планирования. Учеб. пособие для вузов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002.
28. Скворцов Н.Н. Бизнес-план предприятия. - К.: Вища школа, 2001.
29. Сухова Л.Ф., Чернова Н.А. Практикум по разработке бизнес-плана и финансовому анализу предприятия. - М.: Финансы и статистика, 2005.
30. Ткаченко Т.І., Гаврилюк С.П. Економіка готельного господарства та туризму: Навч. посібник. – Київ: КНТЕУ, 2005.
31. Ушакова Н.М., Кукурудза Л. О. Методи оцінки рівня господарського ризику // Підприємництво у торгівлі: 36. наук. праць. -К.: КДТЕУ, 1995.
32. Уткин Э.А. Бизнес-план. Организация и планирование предпринимательской деятельности. - М.: Ассоциация авторов и издателей “Тандем”; ЭКСМОС, 1998.
33. Уткин Э.А., Котляр Б.А., Рапопорт Б.М. Бизнес-планирование. - М.: Экмос, 2002.
34. Уткин Э.А., Кочеткова А.И. Бизнес-план. Как развернуть собственное дело. - М.: Аркалис,2003.
35. Черняк В.З. Бизнес-планирование. Учеб. пособие для вузов. - М.: Юнити-Дана, 2002.
36. Филипповский Е.Е.,Шмарова Л.В. Экономика и организация гостиничного хозяйства . - М.: Финансы и статистика, 2003.
37. <http://www.world-hotal.com>
38. <http://www.world-hotals.net>
39. www.aup.ru
40. www.cfin.ru
41. www.devbusiness.ru
42. www.management.com.ua
43. www.smanagement.ru

– допоміжна.

1. Барроу К., Барроу П., Браун Р. Бізнес-план.-К.: Знання, 2001.
2. Белашев В. Оценка эффективности бизнеса // Отдел маркетинга, 2005.-№1 .- С.7-10.
3. Валдайцев С.В. Оценка бизнеса и управление стоимостью предприятия: Учеб.пособие для вузов .-М.: Юнити-Дана, 2002
4. Грязнова А.Г., Федотова М.А., Ленская С.А., Беляева И.Ю.

Оценка бизнеса: Учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям/ Под ред. А.Г.Грязновой, М.А.Федотовой . -2-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2004.

5. Есипов В., Маховикова Г., Терехова В. Оценка бизнеса: Учебник для вузов .- СПб.: Питер, 2002 .-

6. Мейер Маршал В. Оценка эффективности бизнеса: Что будет после Balanced Scorecard? / Пер. с англ. - М.: Вершина, 2004 .

7. Бэнгз Дэвид Г. Руководство по составлению бизнес-плана: Создание плана для успешного ведения вашего бизнеса / Пер. с англ. Под ред. и с предисл. Макаревича Л.М. – 7-е изд. - М.: Финпресс, 2003.

8. Горемыкин В.А., Богомолов А.Ю. Бизнес-план: Методика разработки 25 реальных образцов бизнес-плана. - М.: Ось-89, 2004.

9. Диксон Д.Е. Совершенствуйте свой бизнес. - М.: НПЦ “Инновации академии интерменеджмента”, 2002.

10. Ефимова О.П. Экономика общественного питания, / Под ред. Н.И. Кабушкина. - Мн.: 000 “Новое знание”, 2000.

11. Ковелло Дж.А., Хейзелгрэн Бриан Дж. Бизнес-планы. - М.: Изд-во БИНОМ, 2001.

12. Мазаракі А.А., Лігоненко Л.О., Ушакова Н.М. Економіка торговельного підприємства: Підруч. для вузів. / За ред. проф. Н.М. Ушакової - К.: Хрещатик, 1999.

13. Мірошніченко А.В. Діловий успіх: бізнес-планування та маркетинг. - К.: А.Л.Д., 2003.

14. Попов В.М. Сборник бизнес-планов с комментариями и рекомендациями. - М.: Финансы и статистика, 2001.

15. Смолін І. В., Лещук Н.М. Стратегія розвитку торговельного підприємства в ринкових умовах: Навч. посіб. - К.: КДТЕУ, 1998.

16. Современный бизнес: Учеб. В 2-х./ Д.Дж.Регмен, М.Х.Мескон, К.Л.Боуви, Дж.В.Тилл; Пер. с англ. – М.: Республика, 2000.

17. Ушакова Н.М., Кукурудза Л.О. Економічна стратегія діяльності торговельного підприємства в умовах ринкової економіки. - К.: УкрИНТЭИ, 1993.

18. Чернов Г.Е. Бизнес-планирование на предприятиях общественного питания. - СПб.: Изд-во СПбГУЭСФ, 2000.