

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
УКРАЇНИ

Кафедра готельно-ресторанної справи та туризму



«ЗАТВЕРДЖУЮ»
директор неперервної освіти і туризму
Гриценко І.С.
_____ 9 _____ с 6 _____ 2023 року

«СХВАЛЕНО»
на засіданні кафедри готельно-ресторанної
справи та туризму

Протокол №12 від 31.05.2023 р.

в.о. завідувача кафедри

_____ Мельниченко С.В.

«РОЗГЛЯНУТО»

Гарант освітньої програми

_____ Кудінова І.П.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИЗМУ

спеціальність 242 «Туризм»

освітня програма «Туризм»

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

Розробники: доцент кафедри, к.е.н., доцент Москвічова О.С.

(посада, науковий ступінь, вчене звання)

Київ – 2023 р.

Опис навчальної дисципліни

МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИЗМУ

(назва)

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Освітній ступінь	Бакалавр	
Спеціальність	242 «Туризм»	
Освітня програма	«Туризм»	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Обов'язкова	
Загальна кількість годин	240	
Кількість кредитів ECTS	8	
Кількість змістових модулів	4	
Курсовий проект (робота) (за наявності)	+	
Форма контролю	Екзамен / залік	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки (курс)	III-IV курс	
Семестр	6, 7	
Лекційні заняття	60 год.	
Практичні, семінарські заняття	60 год.	
Лабораторні заняття	-	
Самостійна робота	120 год.	
Індивідуальні завдання	-	
Кількість тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних	4 год.	

1. Мета, завдання та компетентності навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни «Менеджмент туризму» є сформувати сучасне системне мислення в галузі менеджменту з урахуванням галузевої специфіки та особливостей управлінської праці в туристичному бізнесі, підготувати кваліфікованого управлінця, спроможного забезпечити високий рівень ефективності системи управління в ринкових умовах; сформувати навички та вміння приймати оптимальні управлінські рішення в туристичному бізнесі відповідно до конкретних викликів часу, потреб підприємства та умов ринку.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Менеджмент туризму» є засвоєння студентами основних теоретичних знань та практичних навичок з питань:

- основних аспектів управління з урахуванням особливостей діяльності організацій туристичної сфери;
- організації управління сучасним підприємством туристичної сфери;
- прийняття управлінських рішень в системах функціонального менеджменту підприємств туристичної сфери.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен оволодіти компетентностями:

загальні компетентності (ЗК):

ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК3. Розуміння та власне осмислення основних світоглядних концепцій і принципів у навчанні і професійній діяльності.

ЗК4. Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу.

ЗК5. Соціальна відповідальність та екологічність мислення.

ЗК6. Здатність шукати, обробляти та аналізувати інформацію з різних джерел.

ЗК7. Здатність зосереджуватись на якості та результаті при виконанні завдань.

ЗК8. Навички використання інформаційних та комунікативних технологій.

ЗК9. Здатність визначати, формулювати і вирішувати проблеми.

ЗК12. Навички міжособистісної взаємодії, уміння працювати автономно та в команді.

ЗК13. Здатність планувати час та управляти ним.

фахові (спеціальні) компетентності (СК):

СК1. Знання та розуміння предметної області своєї професії.

СК2. Уміння застосовувати фахові знання на практиці.

СК4. Здатність аналізувати діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління.

СК8. Розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем.

СК10. Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний

інформаційний матеріал.

СК11. Здатність використовувати в роботі туристичних підприємств інформаційні технології та офісну техніку.

СК13. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації.

СК16. Уміння працювати з документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом туристичного бізнесу.

Програмні результати навчання (ПРН):

ПР02. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії туризму, організації туристичного процесу та туристичної діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг, а також світоглядних та суміжних наук.

ПР06. Застосовувати у практичній діяльності принципи і методи організації та технології обслуговування туристів.

ПР08. Ідентифікувати туристичну документацію та вміти правильно нею користуватися.

ПР09. Організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.

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

ПР12. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг. **ПР13.** Встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей.

ПР16. Діяти у відповідності з принципами соціальної відповідальності та громадянської свідомості. **ПР17.** Управляти своїм навчанням з метою самореалізації в професійній туристичній сфері.

ПР18. Адекватно оцінювати свої знання і застосовувати їх в різних професійних ситуаціях.

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

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

ПР21. Приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності.

ПР22. Професійно виконувати завдання в невизначених та екстремальних ситуаціях.

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						
	тижні	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	14	
6 семестр (3 курс)														
Змістовний модуль 1. Теорія менеджменту														
Тема 1. Сутність менеджменту	1	8	2	2			4							
Тема 2. Історія розвитку менеджменту	2	8	2	2			4							
Тема 3. Менеджмент як сучасна система наукових знань	3	8	2	2			4							
Тема 4. Функції менеджменту	4	8	2	2			4							
Тема 5. Процес управління	5	8	2	2			4							
Тема 6. Прийняття управлінських рішень	6	8	2	2			4							
Тема 7. Методи управління	7	10	2	2			6							
Разом за ЗМ 1	58		14	14			30							
Змістовний модуль 2. Підприємства туристичного бізнесу як об'єкт менеджменту														
Тема 8. Особливості управління підприємствами туристичного бізнесу	8-9	9	4	4			7							
Тема 9. Підприємство як відкрита динамічна система	10-11	9	4	4			8							
Тема 10. Організаційно-правові аспекти управління підприємствами туристичного бізнесу	12-13	13	4	4			7							
Тема 11. Форми управління туристичним	14-15	9	4	4			8							
Разом за ЗМ 2	62		16	16			30							
Всього за 6 семестр	120		30	30			60							
7 семестр (4 курс)														
Змістовний модуль 3. Система функціонального менеджменту туристичного підприємства														
Тема 12. Відповідальність та етика у менеджменті туризму	1	9	2	2			5							

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Тема 13. Управління репутацією туристичного підприємства	2	9	2	2			5						
Тема 14. Самоменеджмент і тайм-менеджмент	3	9	2	2			5						
Тема 15. Офісний менеджмент	4	9	2	2			5						
Тема 16. Управління персоналом туристичних підприємств	5	9	2	2			5						
Тема 17. Організація набору та оцінка персоналу туристичного підприємства	6-7	13	4	4			5						
Разом за ЗМ 3	58		14	14			30						
Змістовний модуль 4. Забезпечення ефективної діяльності туристичного підприємства													
Тема 18. Стратегічний менеджмент туризму	8	8	2	2			4						
Тема 19. Операційний менеджмент туризму	9	8	2	2			4						
Тема 20. Управління маркетингом та збутом туристичного продукту	10	8	2	2			4						
Тема 21. Управління фін-економічною системою на тур підприємстві	11	8	2	2			4						
Тема 22. Управління інноваційно-інвестиц. діяльністю тур підприємства	12	8	2	2			4						
Тема 23. Управління ризиком у підприємницькій діяльності та шляхи запобігання банкрутства тур. підприємства	13	8	2	2			4						
Тема 24. Управління конкурентоспроможністю тур. підприємств	14	8	2	2			4						
Тема 25. Ефективність менеджменту	15	6	2	2			2						
Разом за ЗМ 4	62		16	16			30						
Всього за 7 семестр	120		30	30			60						
Усього год. за весь курс	240		60	60			120						

3. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
6 семестр (3 курс)		
Змістовний модуль 1.		
Змістовний модуль 1. Теорія менеджменту		
1	Тема 1. Сутність менеджменту	2
2	Тема 2. Історія розвитку менеджменту	2
3	Тема 3. Менеджмент як сучасна система наукових знань	2
4	Тема 4. Функції менеджменту	2
5	Тема 5. Процес управління	2
6	Тема 6. Прийняття управлінських рішень	2
7	Тема 7. Методи управління	2
Змістовний модуль 2.		
Підприємства туристичного бізнесу як об'єкт менеджменту		
8	Тема 8. Особливості управління підприємствами туристичного бізнесу	4
9	Тема 9. Підприємство як відкрита динамічна система	4
10	Тема 10. Організаційно-правові аспекти управління підприємствами туристичного бізнесу	4
11	Тема 11. Форми управління туристичним	4
Разом за 6 семестр (3 курс)		30
7 семестр (4 курс)		
Змістовний модуль 3.		
Система функціонального менеджменту туристичного підприємства		
12	Тема 12. Відповідальність та етика у менеджменті туризму	2
13	Тема 13. Управління репутацією туристичного підприємства	2
14	Тема 14. Самоменеджмент і тайм-менеджмент	2
15	Тема 15. Офісний менеджмент	2
16	Тема 16. Управління персоналом туристичних підприємств	2
17	Тема 17. Організація набору та оцінка персоналу туристичного підприємства	4
Змістовний модуль 4.		
Забезпечення ефективної діяльності туристичного підприємства		
18	Тема 18. Стратегічний менеджмент туризму	2
19	Тема 19. Операційний менеджмент туризму	2
20	Тема 20. Управління маркетингом та збутом туристичного продукту	2
21	Тема 21. Управління фін-економічною системою на тур підприємстві	2
22	Тема 22. Управління інноваційно-інвестиц. діяльністю тур підприємства	2
23	Тема 23. Управління ризиком у підприємницькій діяльності та шляхи запобігання банкрутства тур. підприємства	2
24	Тема 24. Управління конкурентоспроможністю туристичного підприємств	2
25	Тема 25. Ефективність менеджменту	2
Разом за 7 семестр (4 курс)		30
Разом за курс		60

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

4.1. Контрольні питання

1. Організація та координація як функції менеджменту. Особливості контролю на підприємствах гостинності.
2. Методи підвищення кваліфікації персоналу на туристичних підприємствах.
3. Контроль як функція менеджменту . Види контролю. Особливості контролю на підприємствах гостинності
4. Оцінка персоналу, її значення в управлінні. Методи оцінки персоналу.
5. .Мотивація як функція менеджменту. Види мотивації на підприємствах гостинності.
6. Методи адаптації персоналу на туристичних підприємствах
7. Планування як функція менеджменту. Види планування на підприємствах гостинності.
8. Методи підбору персоналу на туристичних підприємствах
9. Стили управління.
10. Сутність поняття «самоменеджмент». Функціональна модель самоменеджменту
11. Фінансова звітність підприємств. Основні показники фінансової ефективності підприємства.
12. Концепція проектування роботи на підприємствах туристичного бізнесу.
13. Поняття про банкрутство. Економічна та юридична сутність банкрутства.
14. Концепції та принципи адміністративного менеджменту.
15. Поняття про методи управління. Види методів управління.
16. Сутність та історичні передумови адміністративного менеджменту.

17. Структура і функції фінансового менеджменту на підприємстві
18. Малий бізнес як форма управління у туристичному бізнесі. Визначення та критерії малого бізнесу.
19. Структура і функції маркетингового менеджменту на підприємстві .
20. Послуги як об'єкт управління. Характерні ознаки послуг нематеріального характеру та їх вплив на менеджмент.
21. Організація та координація як функції менеджменту. Особливості контролю на підприємствах гостинності
22. Методи підвищення кваліфікації персоналу на туристичних підприємствах
23. Контроль як функція менеджменту . Види контролю. Особливості контролю на підприємствах гостинності.
24. Оцінка персоналу, її значення в управлінні. Методи оцінки персоналу.
25. Мотивація як функція менеджменту. Види мотивації на підприємствах гостинності.
26. Методи адаптації персоналу на туристичних підприємствах.
27. Планування як функція менеджменту. Види планування на підприємствах гостинності.
28. Методи підбору персоналу на туристичних підприємствах.
29. Методики PESTE- та SWOT – аналізу, їх значення в стратегічному плануванні підприємства гостинності.
30. Поняття та еволюція принципів управління. Формування принципів управління на підприємствах індустрії гостинності
31. Види та організаційно-правові форми підприємств в Україні.
32. Поняття управлінських рішень . Методи прийняття управлінських рішень.
33. Порядок створення та реєстрації підприємницької діяльності в туризмі.
34. Основні завдання кадрового менеджменту підприємства гостинності.

35. Життєвий цикл організації. Менеджмент на різних стадіях ЖЦ підприємств

36. Підприємство як відкрита соціально-економічна система. Взаємозв'язок факторів зовнішнього середовища з діяльністю підприємства туризму.

37. Проблеми менеджменту підприємств туризму на сучасному етапі.

38. Організація як система та об'єкт управління. Внутрішнє середовище організації.

39. Предмет науки управління, сутність і зміст поняття менеджмент. Необхідність та сутність управлінської діяльності.

40. Стратегічний менеджмент підприємства гостинності.

4.2. Тестові завдання

1. Менеджмент – це:

1. сукупність принципів, методів, засобів та форм управління виробництвом з метою підвищення його ефективності та прибутковості;
2. сукупність стійких норм, принципів та вірувань відносно того як дана організація повинна і може реагувати на зовнішній вплив, як варто вести себе в організації і яка сутність її існування;
3. сукупність взаємодіючих елементів, які утворюють єдине ціле.

2. Менеджмент як процес:

1. вміння добиватися поставлених цілей, спрямовуючи працю, інтелект, мотиви, поведінку людей, які працюють на підприємстві;
2. специфічний підрозділ сучасних підприємств;
3. упорядковані знання про управління, які дозволяють не тільки своєчасно та якісно керувати поточними справами, але і прогнозувати розвиток справ і у відповідності до цього розробляти політику підприємства.

3. Туристична дестинація - це:

1. туристично приваблива територія;
2. продукт діяльності туристичної фірми;
3. всі відповіді вірні.

4. Фактори зовнішнього середовища поділяються на:

1. справедливі обидві відповіді;
2. прямої та непрямої дії;
3. ділове та фонове оточення.

5. Умовами ефективного функціонування організації є:

1. всі відповіді вірні;
2. забезпечення якості "входу" та "виходу";
3. сприяння зовнішнього середовища нормальному протіканню процесів в організації.

6. Туристична система має наступні складові:

1. всі відповіді вірні;
2. туристична індустрія, туристична дестинація;
3. туристи.

7. До факторів прямої дії зовнішнього середовища належать:

1. економічна та політична ситуація в країні;
2. споживачів та конкуренти;
3. персонал та технологія.

8. Підприємство - це система:

1. закрита, матеріальна, складна, змішана;
2. відкрита, матеріальна, абстрактна, змішана;
3. відкрита, матеріальна, складна, змішана.

9. Внутрішнє середовище підприємства:

- 1 формується під впливом змінних, які безпосередньо впливають на процес виробництва продукції та послуг;
- 2 сукупність змінних, які знаходяться за межами підприємства і не являються сферою безпосереднього впливу з боку його менеджменту;
- 3 всі відповіді вірні.

10. Зовнішнє середовище може бути:

- 1 прямого впливу;
- 2 непрямого впливу;
- 3 всі відповіді вірні.

11. Підприємство туристичної індустрії являє собою систему:

- 1 відкрити;
- 2 закрити;
- 3 технічну.

12.Однією з характеристик послуг є:

- 1 здатність зберігатись;
- 2 стійкість якості;
- 3 нерозривність виробництва і споживання.

13.Предметом управління в сфері туризму є:

- 1 маркетинг, інформаційно-рекламні технології та персонал;
- 2 економічний механізм і організаційні структури;
- 3 всі відповіді вірні.

14.Суб'єктом туризму є:

- 1 туристичне підприємство;
- 2 туристи;
- 3 туристичний регіон.

15.Об'єктом туризму є:

- 1 споживачі;
- 2 туристичні організації;
- 3 всі відповіді вірні.

16.Малий бізнес:

- 1 малі підприємства;
- 2 малі плюс великі підприємства;
- 3 малі плюс середні підприємства.

17.Кількісним критерієм за яким підприємство відносяться до малого є:

- 1 територіальна близькість до клієнта;
- 2 чисельність працівників;
- 3 фінансова та юридична самостійність.

18.До сильних сторін функціонування малих підприємств відноситься:

- 1 фінансова залежність від інших фізичних та юридичних осіб;
- 2 нестабільність заробітної плати;
- 3 простота управління підприємством.

19. Слабкою стороною діяльності малих підприємств є:

- 1 труднощі з фінансуванням;
- 2 швидкий строк окупності витрат;
- 3 малі строки будівництва та реконструкції підприємства.

20. Франшиза це:

- 1 договір, угода між продавцем та покупцем, за якою продавець захищеного торговельною маркою продукту чи послуги надає ексклюзивне право на розповсюдження та продаж даного продукту чи послуги в обмін на отримання від нього грошової винагороди за умови дотримання покупцем технологій виробництва та обслуговуючих технологій;
- 2 угода, яка укладається між власником підприємства і компанією, яка спеціалізується в управлінні відповідними типами підприємств;
- 3 привілейне право здійснювати додатковий бізнес.

21. Франшизер:

- 1 покупець;
- 2 продавець;
- 3 Посередник.

22. Франчайзинг - це

- 1 договір, угода між продавцем та покупцем, за якою продавець захищеного торговельною маркою продукту чи послуги надає ексклюзивне право на розповсюдження та продаж даного продукту чи послуги в обмін на отримання від нього грошової винагороди за умови дотримання покупцем технологій виробництва та обслуговуючих технологій;
- 2 привілейне право здійснювати додатковий бізнес;
- 3 тривалі й часі взаємовідносини між франчайзі та франчайзером, за якими франчайзер надає захищене законним чином право займатися певною підприємницькою діяльністю, а також допомогу в організації цієї діяльності за винагороду від франчайзі .

23. Франчайзі:

- 1 продавець;
- 2 покупець;
- 3 посередник.

24. Переваги франчайзинга:

- 1 відсутність незалежності франчайзі;

- 2 цілеспрямована підготовка кадрів;
- 3 труднощі щодо анулювання договору.

25. Видом франчайзингу є:

- 1 діловий;
- 2 галузевий;
- 3 системний.

26. Найбільшу популярність в індустрії гостинності отримав:

- 1 виробничий франчайзинг;
- 2 діловий франчайзинг;
- 3 товарний франчайзинг.

27. Взаємовідносини франчайзера і франчайзі будуються на основі:

- 1 договору засновників;
- 2 протоколу зборів учасників;
- 3 заяви про умови.

28. Роялті це відсоток від:

- 1 доходу;
- 2 виручки від реалізації послуги (продукту);
- 3 всі відповіді вірні.

29. Контракт на управління :

- 1 привілейоване право здійснювати додатковий бізнес;
- 2 договір, угода між продавцем та покупцем, за якою продавець захищеного торговельною маркою продукту чи послуги надає ексклюзивне право на розповсюдження та продаж даного продукту чи послуги в обмін на отримання від нього грошової винагороди за умови дотримання покупцем технологій виробництва та обслуговуючих технологій;
- 3 угода, яка укладається між власником підприємства і компанією, яка спеціалізується в управлінні відповідними типами підприємств.

30. Компанія, яка управляє називається:

- 1 франчайзодателем;
- 2 продавцем;
- 3 оператором.

31. Контракт на управління передбачає:

- 1 наділення оператора правом викупу підприємства;
- 2 наділення оператора правом продажу підприємства;
- 3 наділення оператора правом управління підприємством.

32. Діловий франчайзинг:

- 1 франчайзі отримує право відкрити підприємство від імені франчайзера з використанням методів, технологій, способів обслуговування, асортимента продукції і процесу організації господарської діяльності франчайзера;
- 2 франчайзі отримує право продавати товар під маркою виробника;
- 3 франчайзі отримує право виробляти товар під маркою іншого виробника.

33. Одним із напрямів за якими ведуться переговори, якщо власник продає підприємство до закінчення строку дії контракту є:

- 1 оператор має право накласти вето на рішення власника при виборі покупця;
- 2 оператор має право викупити підприємство яким він управляє;
- 3 всі відповіді вірні.

34. Одним із варіантів зупинення дії контракту на управління є:

- 1 якщо одна із сторін не виконує умови контракту на протязі 20 днів;
- 2 якщо одна із сторін не виконує умови контракту на протязі 10 днів;
- 3 якщо одна із сторін признається банкрутом.

35. Послідовна взаємозалежність робіт передбачає, що:

- 1 кінець роботи одного працівника є початком роботи іншого, і навпаки;
- 2 всі працівники приймають однакову участь у виконанні даної роботи;
- 3 перш ніж один працівник приступить до роботи, другий повинен виконати ряд операцій.

36. Управлінське рішення це:

- 1 результат аналізу, прогнозування, оптимізації, економічного обґрунтування та вибору альтернативи з багатьох варіантів досягнення конкретної мети;
- 2 можливість впливати на поведінку інших;
- 3 сукупність прийомів впливу на систему.

37. Однією із вимог, яка пред'являється до управлінських рішень є:

- 1 технічність;
- 2 організаційність;
- 3 адресність.

38. Реалізація управлінських рішень з мінімальними витратами виражається через:

- 1 реальність;
- 2 ефективність;
- 3 законність.

39. За масштабом впливу рішення можуть бути:

1. вузькоспеціалізовані;
2. довгострокові;
3. загальні.

40. До моделей прийняття управлінських рішень відносяться:

- 1 раціональні;
- 2 функціональні;
- 3 всі відповіді вірні.

41. За способом реалізації рішення можуть бути:

- 1 одноосібні;
- 2 евристичні;
- 3 імпульсивні.

42. За способом прийняття рішення можуть бути:

- 1 загальні;
- 2 колегіальні;
- 3 короткострокові.

43. Одним із типів управління підприємством туристичної індустрії є:

- 1 механістичний;
- 2 оптимістичний;
- 3 песимістичний.

44. До однієї з моделей управління підприємством відноситься:

1. розширення масштаб у роботи;
2. функціональний масштаб роботи;
- 3 управління в умовах достатньо динамічного ринку.

45. За строками впливу рішення можуть бути:

1. короткострокові;
2. аналогові;
3. колективні.

46. Однією із вимог, яка пред'являється до управлінських рішень є:

1. технічність;
2. адресність;
3. організаційність.

47. За сферою діяльності рішення можуть бути:

1. економічні;
2. стратегічні;
3. оперативні.

48. Реалізація управлінських рішень з мінімальними витратами виражається через:

1. ефективність;
2. реальність;
3. законність.

49. Етапами прийняття управлінських рішень є:

1. збір, обробка і аналіз інформації; визначення проблеми; поточнення мети; вибір альтернативи;
2. збір, обробка і аналіз інформації; розробка альтернатив; вибір кращої альтернативи; реалізація рішення;
3. підготовка; прийняття; реалізація рішення.

50. За формою передачі інформація може бути:

1. технічна;
2. кодована;
3. похідна.

5. 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, посилення 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 здобувачами, які мають відповідну підготовку й досвід самостійного вивчення складних наукових і практичних проблем. В ході практичного заняття здобувачами 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 здобувачів 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 здобувачу необхідно вивчити за допомогою рекомендованої літератури весь матеріал, передбачений програмою курсу.

6. Форми контролю

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

Перевірка та оцінювання знань здобувачів може проводитися у наступних формах.

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

Розподіл балів за окремими елементами змістових модулів та методи поточного контролю успішності навчальної роботи студентів (форма підсумкового контролю – залік / екзамен)

№ змістового модуля	Елементи змістового модуля	Кількість балів		Поточний контроль навчальної роботи студентів	
		min	max	методи контролю	тиждень семестру
6 семестр (3 курс)					
Змістовний модуль 1. Теорія менеджменту					
1.	Лекційний курс (7 тем лекцій)	8	16	Письмова модульна робота	1-7

№ змістового модуля	Елементи змістового модуля	Кількість балів		Поточний контроль навчальної роботи студентів	
		min	max	методи контролю	тиждень семестру
	Практичне заняття 1. Сутність менеджменту	7	12	Опитування, обговорення	1
	Практичне заняття 2. Історія розвитку менеджменту	7	12	Обговорення, виступи з доповідями, індивідуальні завдання	2
	Практичне заняття 3. Менеджмент як сучасна система наукових знань	7	12	Обговорення, виступи з доповідями, індивідуальні завдання	3
	Практичне заняття 4. Функції менеджменту	10	12	Обговорення, виступи з доповідями, індивідуальні завдання	4
	Практичне заняття 5. Процес управління	7	12	Обговорення, виступи з доповідями, індивідуальні завдання	5
	Практичне заняття 6. Прийняття управлінських рішень	7	12	Обговорення, виступи з доповідями, індивідуальні завдання	6
	Практичне заняття 7. Методи управління	7	12	Обговорення, виступи з доповідями, індивідуальні завдання	7
	Всього балів по змістовному модулю 1	60	100		
Змістовний модуль 2.					
Підприємства туристичного бізнесу як об'єкт менеджменту					
2.	Лекційний курс (8 тем лекцій)	12	20	Письмова модульна робота	8-15
	Практичне заняття 8. Особливості управління підприємствами туристичного бізнесу	12	20	Опитування, вирішення ситуаційних завдань та їх обговорення, практичних задач, тестування	8-9
	Практичне заняття 9. Підприємство як відкрита динамічна система	12	20	Опитування, вирішення ситуаційних завдань та їх обговорення, практичних задач, тестування	10-11
	Практичне заняття 10. Організаційно-правові аспекти управління підприємствами туристичного бізнесу	12	20	Опитування, вирішення ситуаційних завдань та їх обговорення, практичних задач, тестування	12-13
	Практичне заняття 11. Форми управління туристичним	12	20	Опитування, вирішення ситуаційних завдань та їх обговорення, практичних задач, тестування	14-15
	Всього балів по ЗМ 2	60	100		

№ змістового модуля	Елементи змістового модуля	Кількість балів		Поточний контроль навчальної роботи студентів	
		min	max	методи контролю	тиждень семестру
	Рейтинг студента з навчальної дисципліни	42	70		
	Залік	18	30		
	Загальна кількість балів	60	100		
7 семестр (4 курс)					
Змістовний модуль 3.					
Система функціонального менеджменту туристичного підприємства					
3.	Лекційний курс (5 тем лекцій)	6	10	Письмова модульна робота	1-7
	Практичне заняття 12. Відповідальність та етика у менеджменті туризму	9	15	Опитування, обговорення	1
	Практичне заняття 13. Управління репутацією туристичного підприємства	9	15	Обговорення, виступи з доповідями, індивідуальні завдання	2
	Практичне заняття 14. Самоменеджмент і тайм-менеджмент в туризмі	9	15	Обговорення, виступи з доповідями, індивідуальні завдання	3
	Практичне заняття 15. Офісний менеджмент	9	15	Обговорення, виступи з доповідями, індивідуальні завдання	4
	Практичне заняття 16. Управління персоналом туристичних підприємств	9	15	Обговорення, виступи з доповідями, індивідуальні завдання	5
	Практичне заняття 17. Організація набору та оцінка персоналу тур.підприємства	9	15	Обговорення, виступи з доповідями, індивідуальні завдання	6-7
	Всього балів по ЗМ 3	60	100		
Змістовний модуль 4.					
Забезпечення ефективної діяльності туристичного підприємства					
4.	Лекційний курс (8 тем лекцій)	8	16	Письмова модульна робота	8-15
	Практичне заняття 18. Стратегічний менеджмент туризму	6	10	Опитування, вирішення ситуаційних завдань та їх обговорення, практичних задач, тестування	8
	Практичне заняття 19. Операційний менеджмент туризму	6	10	Опитування, вирішення ситуаційних завдань та їх обговорення, практичних задач, тестування	9
	Практичне заняття 20. Управління маркетингом та збутом туристичного продукту	6	10	Опитування, вирішення ситуаційних завдань та їх обговорення, практичних задач, тестування	10

№ змістового модуля	Елементи змістового модуля	Кількість балів		Поточний контроль навчальної роботи студентів	
		min	max	методи контролю	тиждень семестру
	Практичне заняття 21. Управління фінансово-економічною системою на туристичному підприємстві	8	12	Опитування, вирішення ситуаційних завдань та їх обговорення, практичних задач, тестування	11
	Практичне заняття 22. Управління інноваційно-інвестиційною діяльністю туристичного підприємства	6	10	Опитування, вирішення ситуаційних завдань та їх обговорення, практичних задач, тестування	12
	Практичне заняття 23. Управління ризиком у підприємницькій діяльності та шляхи запобігання банкрутства туристичного підприємства	8	12	Опитування, вирішення ситуаційних завдань та їх обговорення, практичних задач, тестування	13
	Практичне заняття 24. Управління конкурентоспроможністю туристичного підприємств	6	10	Опитування, вирішення ситуаційних завдань та їх обговорення, практичних задач, тестування	14
	Практичне заняття 25. Ефективність менеджменту	6	10	Опитування, вирішення ситуаційних завдань та їх обговорення, практичних задач, тестування	15
	Всього балів по змістовному модулю 4	60	100		
	Рейтинг студента з навчальної дисципліни	42	70		
	Екзамен	18	30		
	Загальна кількість балів	60	100		

7. 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» від 26.04.2023 р.

Шкала оцінювання знань студентів

Рейтинг студента, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів заліків	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано

Відповідно до Положення про екзамени та заліки у НУБіП України від 26.04.2023 р. рейтинг студента з навчальної роботи $R_{\text{нр}}$ стосовно вивчення певної дисципліни визначається за формулою:

$$R_{\text{нр}} = \frac{0.7 \times (R_{\text{зм}}^1 \times K_{\text{зм}}^1 + \dots + R_{\text{зм}}^n \times K_{\text{зм}}^n)}{K_{\text{дис}}} + R_{\text{др}} - R_{\text{штр}},$$

де $R_{\text{зм}}^{(1)}$, $R_{\text{зм}}^n$ – рейтингові оцінки змістових модулів за 100-бальною шкалою;

n – кількість змістових модулів;

$K_{\text{зм}}^{(1)}$, $K_{\text{зм}}^n$ – кількість кредитів ECTS, передбачених робочим навчальним планом для відповідного змістового модуля;

$K_{\text{дис}} = K_{\text{зм}}^{(1)} + \dots + K_{\text{зм}}^n$ – кількість кредитів ECTS, передбачених робочим навчальним планом для дисципліни у поточному семестрі;

$R_{\text{др}}$ – рейтинг з додаткової роботи;

$R_{\text{штр}}$ – рейтинг штрафний.

Наведену формулу можна спростити, якщо прийняти $K_{\text{зм}}^{(1)} = \dots = K_{\text{зм}}^n$. Тоді вона буде мати вигляд:

$$R_{\text{нр}} = \frac{0.7 \times (R_{\text{зм}}^1 + \dots + R_{\text{зм}}^n)}{n} + R_{\text{др}} - R_{\text{штр}},$$

Рейтинг з додаткової роботи $R_{\text{др}}$ додається до $R_{\text{нр}}$ і не може перевищувати 20 балів. Він визначається лектором і надається студентам рішенням кафедри за виконання робіт, які не передбачені навчальним планом, але сприяють підвищенню рівня знань студентів з дисципліни.

Рейтинг штрафний $R_{\text{штр}}$ не перевищує 5 балів і віднімається від $R_{\text{нр}}$. Він визначається лектором і вводиться рішенням кафедри для студентів, які матеріал змістового модуля засвоїли невчасно, не дотримувалися графіка роботи, пропускали заняття тощо.

Поточний контроль				Рейтинг з навчальної роботи $R_{\text{нр}}$	Рейтинг з додаткової роботи $R_{\text{др}}$	Рейтинг штрафний $R_{\text{штр}}$	Підсумкова атестація (екзамен чи залік)	Загальна кількість балів
Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Змістовий модуль 3	Змістовий модуль 4					
0-100	0-100	0-100	0-100	0-70	0-20	0-5	0-30	0-100

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

$$R_{\text{дис}} = R_{\text{НР}} + R_{\text{АТ}}.$$

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ:

Законодавча та нормативно-правова

1. Конституція України. Верховна Рада України; Конституція України, Конституція, Закон від 28.06.1996 № 254к/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>.

2. Господарський кодекс України. Кодекс України; Закон, Кодекс від 16.01.2003 № 436-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>.

3. Кодекс законів про працю України. Кодекс України; Закон, Кодекс від 10.12.1971 № 322-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08#Text>.

4. Про курорти. Закон України від 05.10.2000 № 2026-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2026-14#Text>.

5. Про туризм. Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>.

6. ГОСТ 28681.2-95. Туристично-екскурсійне обслуговування. Туристичні послуги. Загальні вимоги.

7. ГОСТ 28681.1-95. Туристично-екскурсійне обслуговування. Туристичні послуги. Проектування туристичних послуг.

8. ГОСТ 28681.3-95. Туристично-екскурсійне обслуговування. Туристичні послуги. Забезпечення безпеки туристів.

Базова

1. Бабарицька, В.К., Малиновська О.Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту : навч. посіб. К.: Альтерпрес, 2008. 288 с.

2. Боковець В.В. Основи менеджменту : навч. посіб. Вінниця, 2013. 493 с.

3. Мостенська Т. Л., Новак В. О., Луцький М. Г., Міненко М. А. Менеджмент : підручник. К. : Сузір'я, 2007. 690 с.

4. Мальська М., Худо В. Менеджмент туризму: навчальний посібник. Львів: Вид. центр. ЛНУ, 2012. 314 с.

5. Школа І.М. Менеджмент туризму: підручник. Чернівці : Книги ХХІ, 2011 . 464 с.

Допоміжна

1. Агафонова, Л. Г., Агафонова О. Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навч. посіб. КУТЕП. К. : Знання України, 2006. 352 с.

2. Бобровський, А. Л. Екологічний менеджмент : підручник. К. : Академія, 2009. 585 с.

3. Балашова, Р. І. Організація діяльності туристичного підприємства : навч. посіб. К. : ЦУЛ, 2012. 184 с.

4. Богоявленська, Ю. В., Ходаківський Є. І. Економіка та менеджмент праці : навч. посіб. К. : Кондор, 2005. 332 с

5. Василенко, В. О., Ткаченко Т. І. Виробничий (операційний) менеджмент : навч. посіб. К. : Центр навч. літ., 2005. 532 с

6. Василенко, В. О., Ткаченко Т. І. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу : навч. посіб. К. : Освіта України, 2012. 508 с.

7. Гевко, І. Б. Операційний менеджмент : навч. посіб. К. : Кондор, 2005. 228 с.

8. Дядечко, Л. П. Економіка туристичного бізнесу : навч. посіб. К. : ЦУЛ, 2007. 224 с.

9. Кожушко, Л. Ф., Скрипчук П. М. Екологічний менеджмент : підручник. К. : Академія, 2007. 432 с.

10. Кудла, Н. Є. Менеджмент туристичного підприємства : підручник / Н. Є. Кудла. К. : Знання, 2012. 343 с.

11. Мальська, М. П., Бордун О. Ю. Організація та планування туристичних підприємств : теорія та практика : навч. посіб. К. : ЦУЛ, 2012. 248 с.

12. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посіб. / Т. М. Афонченкова, О. В. Булюк, Б. П. Масенко [та ін.] ; за ред. О. Є. Лугініна. К. : Ліра-К, 2012. 364 с.

13. Нечаюк, Л. І., Нечаюк Н. О. Готельно-ресторанний бізнес. Менеджмент : навч. посіб. К. : ЦУЛ, 2009. 344 с.

14. Осовська, Г. В., Осовський О. А. Менеджмент організацій : навч. посіб. К. : Кондор, 2007. 676 с.

15. Пуцентейло, П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємства : навч. посіб. К. : ЦУЛ, 2007. 344 с.

16. Панченко, Ю. В., Лугінін О. Є., Фомішин С. В. Менеджмент внутрішнього і міжнародного туризму : навч. посіб. Херсон: Олді-плюс, 2013. 342 с.

17. Скібіцька Л. І., В. І., Сівашенко Т. В., Чичкан-Хліповка Ю. М. Офісний менеджмент: навч. посіб. К. : «Центр учбової літератури», 2014. 616 с.

18. Чкан А. С., Маркова С.В., Коваленко Н.М. Самоменеджмент. Запоріжжя: ЗНУ, 2014. 84 с.
19. Чорненька, Н. В. Організація туристичної індустрії : навч. посіб. К. : Атіка, 2006. 264 с.
20. Холловей, Дж. К. Туристический бизнес : пер. с 7 -го англ. изд. / Дж. К. Холловей, Н. Тейлор. К. : Знання, 2007. 798 с.
21. Шевчук С. П., Скороходов В. А., Жуковська В. М. Управління сучасним офісом (офіс-менеджмент): навчальний посібник. К.: «Видавничий дім «Професіонал», ЦУЛ, 2010. 184 с.
22. Baum T. Human resource management for the tourism, hospitality and leisure industries. Cengage Learning. 2006.
23. Beech J. The Business of Tourism Management. Pearson Education, 2005.
24. Pender L., Sharpley R. The Management of Tourism. – Sage Publications. London, 2005.

Інформаційні ресурси

1. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України [офіційний сайт]. URL: <http://www.me.gov.ua>.
2. Державна служба статистики. [офіційний сайт]. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Департамент туризму та курортів при Міністерстві економічного розвитку і торгівлі України. [офіційний сайт]. URL: <http://tourism.gov.ua>.
4. Міністерство аграрної політики та продовольства України [офіційний сайт]. URL: www.minagro.gov.ua.
5. Всесвітня туристична організація [офіційний сайт]. URL: <https://www.unwto.org>.