

Робоча програма навчальної дисципліни

Назва курсу	Організація та планування діяльності туристичних підприємств
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Галузь знань	24 Сфера обслуговування
Спеціальність	242 Туризм
Освітня програма	Туризм
Статус дисципліни	Вибіркова
Форма здобуття освіти	Денна/Дистанційна
Обсяг дисципліни	4 кредити ECTS
Мова викладання	Українська
Викладач (-і)	Гаврилюк Світлана Павлівна, к.ек.н., доцент
Профайл викладача (-ів)	https://www.krok.edu.ua/ua/pro-krok/spivrobitniki/gavrilyuk-svitlana-pavlivna
Контактний телефон	+38 (044) 456 56 66, вн.124
E-mail	gavrylyuks@krok.edu.ua
Консультації	Онлайн-консультації: щосереди 19.00 – 20.00 в MS Teams: https://teams.microsoft.com/l/meetup-join/19%3ameeting_NWQyMzVIYWQtNjI4My00YTI2LWJjZGQtdODc3MDM5MmI2YTNm%40thread.v2/0?context=%7b%22Tid%22%3a%22cf94ad9d-2983-43f5-9909-722602ea2165%22%2c%22Oid%22%3a%22ac828e12-c92b-4294-95a5-77672663b34b%22%7d

1. Коротка анотація до курсу:

Метою дисципліни «Організація та планування діяльності туристичних підприємств» є формування у студентів теоретичних знань і практичних навичок з раціональної організації, методики планування та підвищення ефективності діяльності туристичних підприємств.

Завдання курсу:

- вивчення методики планування та організації діяльності підприємств туристичного бізнесу;
- систематизація основних видів планів туристичних підприємств;
- ознайомлення з основними підходами до розробки стратегії підприємства;

- опрацювання організаційних механізмів діяльності туристичного підприємства;
- вивчення особливостей фінансових відносин у сфері туризму;
- засвоєння методики складання бізнес-плану туристичного підприємства.

2. Результати навчання :

- знання змісту процесу планування діяльності туристичних підприємств;
- знання методологічних основ планування діяльності туристичних підприємств;
- розуміння підходів до систематизації основних видів планів у діяльності туристичних підприємств;
- володіння методами розробки стратегії підприємств туристичного бізнесу;
- володіння організаційними механізмами діяльності туристичного підприємства;
- розуміння особливості фінансових відносин в туризмі;
- знання методики складання бізнес-плану для туристичної фірми;
- вміння використовуючи додаткову літературу, за допомогою набутих знань, планувати діяльність туристичних підприємств;
- вміння обґрунтовувати загальні та маркетингові цілі на основі досліджень ринку туристичних послуг;
- вміння використовуючи знання, набуті у процесі вивчення проблем теорії і практики сучасного бізнесу, за допомогою додаткової літератури, статистичного та фактичного матеріалу скласти бізнес-план туристичного підприємства;
- розуміння формування організаційних механізмів діяльності туристичного підприємства;
- розуміння планування маркетингових комунікаційних систем туристичного підприємства;
- розуміння планування поточних витрат туристичного підприємства.

3. Обсяг курсу

Вид заняття	Загальна кількість годин/ кредитів ECTS 120 годин/ 4 кредити ECTS		
	денна	заочна	дистанційна
Лекції	24	-	8
семінарські заняття / практичні	12	-	4

самостійна робота	84	-	108
інші форми (за наявності)	-	-	-

4. Переквізити. Загальні та фахові знання, отримані під час вивчення навчальних дисциплін: «Основи туризмознавства», «Економіка підприємства», «Менеджмент», «Маркетинг», «Організація туристичних подорожей».

5. Технічне й програмне забезпечення / обладнання: використання комп'ютерної техніки, мультимедійного обладнання та пакетів прикладних програм Microsoft Power Point, Microsoft Office Excel, Microsoft Word, Moodle, MS Teams.

6. Програма навчальної дисципліни

Вступ

Предмет, задачі і структура дисципліни “Організація та планування діяльності туристичних підприємств”, її теоретичне та практичне значення в підготовці спеціалістів в туристичній сфері. Взаємозв'язок курсу з іншими теоретичними і практичними навчальними дисциплінами.

Планування як важлива частина господарської практики в туристичному бізнесі. Досвід організації та планування діяльності вітчизняних та закордонних туристичних підприємств.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ УСТАНОВ

Тема 1. Методологічні основи планування діяльності туристичних установ.

Планування як наука. Планування як сфера людської діяльності. Сутність науки планування. Предмет, об'єкт і методи дослідження. Теоретичні підвалини планування мікросистем (туристичних установ).

Процес планування і вибір рішень. Характеристика планування як орієнтованої на майбутнє діяльності з прийняття рішень. Альтернативність вибору та критерії прийняття раціональних рішень. Формальний і системний підходи у плануванні діяльності туристичних підприємств.

Планування як функція управління підприємством. Місце планування в управлінській діяльності. Планування як процес складання і прийняття планів. Планування за умов різної визначеності факторів зовнішнього середовища.

Методи та інструменти планових розрахунків. Перетворення наявної інформації, яка характеризує туристичний бізнес, в інформацію для планування. Показники як інформація для планування. Методи обчислення показників. Моделювання багатоваріантних планових розрахунків. Використання описових, пояснювальних та імітаційних моделей.

Тема 2. Класифікація видів планування

Функціонування системи планування на підприємстві. Сутність системи планування згідно з теорією систем. Система планування і система планів: термінологічні особливості. Передумови створення і ефективного функціонування системи планування на туристичному підприємстві.

Різновиди планів та їх комплекси. Класифікаційні ознаки та різновиди планів на підприємстві. Комплекси (підсистеми) планування: генеральне, цільове, стратегічне, поточне, оперативно-календарне. Зведене планування загальних результатів і фінансове планування у системі контролінгу.

Зміст планів і організація їх розробки. Формалізоване представлення планування як досягнення взаємоузгодженості завдань підприємства. Поточний план як основна складова частина системи планів, його задачі, склад, загальний порядок розробки. Особливості організації розробки планів на туристичних підприємствах.

Тема 3. Нормативно-правові вимоги діяльності туристичних підприємств

Етапи створення туристичного підприємства. Законодавча база, яка регламентує діяльність туристичних підприємств. Вибір організаційно-правової форми. Складання протоколу намірів учасників (засновників). Розробка проекту установчих документів. Проведення установчих зборів. Підготовка установчих документів для реєстрації підприємства. Постанова на облік та реєстрація в податкових та статистичних органах. Відкриття рахунку в банку.

Організаційні схеми управління туристичним підприємством. Основні умови функціонування туристичного підприємства. Супутні та побічні види діяльності. Франчайзинг як особлива форма господарювання в туристичному бізнесі. Загальна структура туристичного підприємства. Органи управління туристичного підприємства. Принципи управління туристичним підприємством. Побудова організаційної схеми управління туристичним підприємством.

Туроператорська та турагентська діяльність підприємств сфери туризму. Характеристика туроператорів та тур агентів. Основні завдання туроператора. Ініціативні та рецептивні туроператори. Основне завдання тур агентів. Спеціалізація турагентств. Приналежність туристичного продукту. Мінімальний розмір фінансового забезпечення туроператора та тур агента. Відшкодування збитків.

Ліцензування туристичної діяльності та сертифікація туристичних послуг. Формування документів за ліцензійними умовами. Підстави для переоформлення ліцензії. Встановлення розміру оплати за ліцензію. Контроль за дотриманням ліцензійних умов. Органи ліцензування. Випадки анулювання ліцензії. Сутність сертифікації. Види сертифікації. Обов'язкова і добровільна сертифікація. Об'єкти і суб'єкти сертифікації готельних послуг. Сертифікація готельних послуг. Сертифікація послуг харчування. Порядок проведення сертифікації.

Договірні взаємовідносини та партнерські зв'язки. Права та обов'язки суб'єктів туристичної діяльності. Права та обов'язки туристів. Організація туристичної діяльності на основі договірних взаємовідносин. Договори про зовнішньоекономічну діяльність. Договори про купівлю-продаж, оренду, лізинг, трудові відносини, розрахунки і кредитування, страхування. Основна і заключна частина договору. Постачальники і підрядники. Споживачі туристичного продукту.

Розділ 2. Планування та організація маркетингових заходів діяльності туристичних установ

Тема 4. Розробка маркетингових цілей на основі досліджень ринку

Суть та функції маркетингу на туристичному підприємстві. Сутність маркетингу. Визначення функцій маркетингу. Мета діяльності туристичного підприємства. Сім Р туристичного продукту. Управління маркетингом в індустрії туризму. Врахування змін на ринку туристичних послуг. Проведення рекламної кампанії. Основні завдання плану маркетингу.

Характеристика туристичного ринку регіонів України. Проведення комплексного дослідження ринку. Дослідження ринку України. Вивчення споживачів туристичного продукту. Вивчення туристичних послуг. Аналіз наявних та потенційних конкурентів в галузі.

В'їзний туризм. Структура в'їзного турпотоку за мотивацією. Структура в'їзного турпотоку за країнами походження. Рейтинг регіонів України за основними туристичними показниками.

Виїзний туризм. Структура виїзного турпотоку за мотивацією. Структура виїзного турпотоку за країнами походження.

Визначення місткості та планування сегментації ринку. Сутність сегментації ринку. Сегменти ринку. Географічний принцип сегментації ринку. Психографічний принцип сегментації ринку. Демографічний принцип сегментації ринку. Поведінкові особливості покупців. Визначення місткості ринку. Методи визначення місткості ринку. Метод ланцюгових підстановок. Опитування намірів покупців. Визначення сукупної думки посередників. Застосування експертних оцінок. Використання статистичних методів. Кон'юнктура ринку.

Дослідження зовнішнього середовища фірми. Маркетингове середовище. Зовнішнє середовище діяльності туристичних підприємств. Фактори зовнішнього середовища. Оцінка зовнішнього середовища. Методологія аналізу зовнішнього оточення підприємства. Мета зовнішнього аналізу підприємства. Проблематика, етапи та процедура зовнішнього аналізу. Стратегічне позиціонування туристичної фірми в зовнішньому середовищі. Стратегічні зони господарювання підприємства (СЗГ). Сегментація вибору СЗГ підприємства. Параметри виділення СЗГ підприємства. Алгоритм виділення СЗГ. Аналіз привабливості СЗГ для підприємства. Середовище безпосереднього оточення. Основні контактні аудиторії туристичного підприємства.

Тема 5. Розробка стратегії підприємства

Розробка базової стратегії підприємства. Типи корпоративних стратегій. Стратегія розвитку. Стратегія стабілізації. Стратегія скорочення. Стратегії виживання. Стратегії зростання. Стратегії ліквідації. Комбіновані стратегії. Стратегічні альтернативи. Критерії їх визначення та застосування. Інтенсивний розвиток. Інтеграційний розвиток. Диверсифікаційний розвиток. Ревізія витрат. Економія витрат. Стратегія пожвавлення. Стратегія розвороту. Стратегія відокремлення. Стратегія ліквідації. Матриця вибору стратегій Томпсона і Стрікланда. Аналіз конкурентних переваг фірми і її положення на ринку на основі тест-таблиці Х. Вільдемана. Вибір стратегії для малих фірм за матрицею «продукт-форма існування фірми». Вибір стратегії для середніх фірм за матрицею «темп зростання фірми-темп розширення ніші». Вибір стратегії для великих фірм.

Визначення конкурентних переваг підприємства та розробка конкурентної стратегії. Оцінка конкурентних переваг підприємства. Методи оцінки. Види конкурентних стратегій та їх загальна характеристика. Стратегія лідирування у зменшенні витрат (ціни). Стратегія лідирування у диференціації. Стратегія лідирування у фокусуванні. Переваги та недоліки конкурентних стратегій.

Види та розробка маркетингових стратегій. Місце маркетингових стратегій в системі «стратегічного набору» підприємства. Сутність та необхідність розробки функціональної стратегії маркетингу. Види маркетингових стратегій. Проблематика функціональних стратегій. Конфлікти у вирішенні проблем реалізації маркетингових стратегій. Збалансованість між тенденціями розвитку підприємства та компетенцією працівників функціональних підрозділів. Стратегічні чинники та альтернативи розробки і впровадження маркетингових стратегій.

Визначення стратегічних альтернатив за моделлю «Продукт-ринок». Алгоритм методики визначення стратегічних альтернатив підприємства. Стратегічний аналіз підприємства. Загальнонаукові та специфічні методи проведення стратегічного аналізу. Методи діагностики окремого бізнесу підприємства. Модель І.Ансофа «Продукт-ринок».

Тема 6. Продуктова політика

Конкурентоздатність туристичної послуги. Поняття, структура та життєвий цикл туристичного продукту (послуги). Якість туристичного продукту. Показники якості туристичного продукту. Загальні та диференційовані показники, одиничні та комплексні. Якість та витрати. Додаткові туристично-екскурсійні послуги. Конкурентоспроможність туристичного продукту.

Планування нової послуги. Життєвий цикл послуг. Характеристика етапів життєвого циклу послуги. Тривалість етапів життєвого циклу тур послуги. Інноваційна політика туристичного підприємства. Методи продовження періоду росту комплексної туристичної послуги.

Асортиментна політика. Сутність асортиментної політики. Складові асортиментної політики. Категорії асортиментної політики. Фактори, які впливають на асортимент продукції. Методики визначення оптимальної кількості продукції.

Продуктова стратегія туристичного підприємства. Продуктово-товарна стратегія як одна із забезпечуючих стратегій підприємства. Сутність продуктової стратегії. Диверсифікація надання послуг. Основні, підтримуючі, стратегічні та тактичні продукти туристичного підприємства.

Тема 7. Комунікаційна система туристичного підприємства

Аналіз переваг кожного елементу комунікаційної системи. Планування просування продукту на ринок. Головні цілі просування продукту. Характеристика основних засобів просування. Система комунікації туристичного підприємства. Процес формування комунікаційної моделі. Комунікаційна стратегія.

Перспективи комунікаційних систем туристичних підприємств. Фактори, які впливають на комунікаційні системи. Вибір цільової аудиторії споживачів туристичних послуг. Перспективні цілі комунікаційних систем. Формування структури комплексу комунікацій. Прогнозування зворотного зв'язку з споживачами.

Планування рекламної компанії. Особливості реклами в туризмі. Створення рекламно-інформаційного відділу на туристичному підприємстві. Етапи планування рекламної кампанії. Визначення об'єктів та цілей рекламної діяльності. Визначення цільової аудиторії споживачів реклами. Вибір рекламних засобів. Складання графіків виходу реклами. Складання кошторису на рекламні витрати. Оцінка ефективності рекламної кампанії по просуванню послуг на ринку.

Тема 8. Вибір цінової стратегії підприємства

Особливості та функції ціни на туристичні послуги. Сутність ціни. Ціноутворюючі фактори. Ціна рівноваги на туристичні продукти. Функції ціни. Особливості цін на туристичні послуги. Методика формування ціни на туристичні послуги. Собівартість туристичного пакету. Статті калькуляції. Цінова політика туристичного підприємства.

Стратегії ціноутворення туристичних послуг. Цінова конкуренція на ринку туристичних послуг. Стратегії ціноутворення, орієнтовані на витрати. Стратегія високих цін (стратегія «збирання вершків»). Стратегії, орієнтовані на попит. Стратегія диференційованих цін. Стратегія пільгових цін. Стратегія дискримінаційних цін. Стратегія єдиних цін. Стратегія гнучких цін. Стратегія стабільних цін. Стратегія престижних цін. Стратегії, орієнтовані на конкурентів. Стратегія цінового лідерства. Стратегія нестабільних цін.

Залежність ціни від типу ринку. Залежність цінової політики від типу ринку. Ринок чистої конкуренції. Ринок монополістичної конкуренції. Олігополістичний ринок. Ринок чистої монополії.

Попит і ціна на туристичні послуги. Закон попиту. Цінова еластичність товарів. Визначення цінової еластичності. Еластичний попит. Нееластичний попит. Загальна та індивідуальна цінова еластичність. Методи цінової конкуренції. Методи нецінової конкуренції. Швидкість відшкодування витрат.

Розділ 3. Організаційно-виробниче планування діяльності туристичного підприємства

Тема 9. Організаційно - виробничий план

Організаційні механізми діяльності туристичної фірми. Вибір організаційно-правової форми діяльності туристичного підприємства. Вибір форми власності туристичного підприємства. Державна реєстрація туристичного підприємства. Ліцензування туристичної діяльності. Виробнича структура фірми. Схема виробничого процесу.

Основні фонди підприємств туристичної індустрії. Сутнісна характеристика основних фондів. Структура основних фондів. Галузева структура основних фондів. Амортизація основних фондів. Вартість, що амортизується. Зменшення корисності та знос основних фондів. Розрахунок основних виробничих фондів туристичного підприємства. Оцінка основних фондів. Економічна ефективність використання основних фондів туристичного підприємства.

Оборотні засоби туристичного підприємства. Сутнісна характеристика оборотних засобів. Оборотно-фінансові фонди та їх структура. Фонди обігу та їх структура. Співвідношення між оборотними фондами і фондами обігу. Показники оборотності оборотних засобів. Методи розрахунку оборотних засобів. Ефективність використання оборотних засобів.

Тема 10. Планування продуктивності, мотивації та оплати праці

Планування персоналу. Персонал у потенціалі туристичного підприємства. Класифікація категорій персоналу. Завдання планування персоналу. Вихідні дані для розробки плану персоналу. Показники чисельності персоналу. Методи визначення чисельності персоналу.

Планування продуктивності праці. Розрахунок планового балансу робочого часу. Розрахунок чисельності окремих категорій працюючих туристичної фірми. Визначення додаткової потреби у персоналі. Залежність чисельності персоналу від продуктивності праці. Задачі планування продуктивності праці. Вихідні дані для розробки плану з продуктивності праці. Показники продуктивності праці та методи їх обчислення. Розрахунки економії робочої сили під дією техніко-економічних факторів.

Мотивація праці. Система мотивації праці. Теорії мотивації праці. Змістовні та процесуальні теорії мотивації праці. Матеріальна та нематеріальна мотивація. Грошова та не грошова мотивація праці. Теорія мотивації за А. Маслоу. Теорія мотивації Девіда Мак Клеелланда. Теорія мотивації Фредеріка Герцберга. Теорія очікувань В. Врума. Теорія справедливості. Теорія мотивації Л. Портера — Е. Лоулера. Теорія мотивації Дугласа Макгрегора.

Планування оплати праці. Завдання планування оплати праці. Склад планового фонду заробітної плати. Вихідні дані для розробки плану заробітної плати. Показники, що характеризують оплату праці. Методи визначення планового фонду заробітної плати. Розрахунки планового фонду заробітної плати за елементами. Розрахунок середньої заробітної плати. Співвідношення росту продуктивності праці та середньої заробітної плати персоналу.

Тема 11. Фінансовий план

Планування потреби у фінансових ресурсах. Визначення обсягів фінансових ресурсів і джерел їх надходження. Основні завдання фінансового планування. Види фінансових планів: довгостроковий, поточний і оперативний. Складання фінансового плану за видами діяльності: оперативної, інвестиційної та фінансової. Планування потреби в основному і оборотному капіталі. Джерела фінансування капітальних вкладень. Методи розрахунку потреби в оборотних коштах.

Планування прибутковості туристичного підприємства. Валовий і чистий прибуток. Їх характеристика і послідовність розрахунку. Пасивна і активна стадії складання плану з прибутку. Методи планування прибутку туристичного підприємства.

Основні умови прибутковості підприємства. Аналіз “витрати-обсяг-прибуток” в процесі фінансового планування. Показники прибутковості підприємства. Види рентабельності та їх розрахунки. Основні фінансові документи, що використовуються в процесі фінансового планування. Оцінка фінансового стану підприємства.

Контроль за виконанням бюджету підприємства. Система фінансового контролю на підприємстві. Загальний порядок складання бюджетів підприємства та система контролю за їх формуванням і виконанням.

Тема 12. Бізнес-планування

Сутність бізнес-планування та призначення бізнес-плану. Бізнес-планування як обґрунтування підприємницької ідеї, ділового проекту. Функціональна спрямованість бізнес-плану. Відмінність бізнес-планів щодо сфери застосування, галузі, масштабів виробництва тощо.

Склад бізнес-плану та технологія його розробки. Склад бізнес-плану. Вибір різновиду методики бізнес-плану з урахуванням його функціонального призначення, виду діяльності, масштабів виробництва. Послідовність розробки бізнес-плану.

Оцінка середовища для бізнесу та формування власної ринкової позиції. Стан конкуренції у галузі як основа оцінки середовища для бізнесу. Обґрунтування маркетингової стратегії та цінової політики підприємства. Визначення прогнозу продажу з урахуванням еластичності попиту.

Планування надання послуг та його ресурсного забезпечення. Особливості обґрунтування надання туристичних послуг на новому та вже

існуючому підприємстві. Визначення потреби в ресурсах. Розробка організаційної структури управління.

Фінансове планування. Аналіз фінансових ресурсів підприємства та оцінка альтернативних схем фінансування проекту. Якісний та кількісний аналіз ризиків та планування запобігання втрат. Аналіз чутливості проекту. Оцінка комерційної та бюджетної ефективності проекту.

7. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Методологічні основи планування діяльності туристичних установ	1
2	Класифікація видів планування	1
3	Нормативно-правові вимоги діяльності туристичних підприємств	1
4	Розробка маркетингових цілей на основі досліджень ринку	1
5	Розробка стратегії підприємства	1
6	Продуктова політика	1
7	Комунікаційна система туристичного підприємства	1
8	Вибір цінової стратегії підприємства	1
9	Організаційно - виробничий план	1
10	Планування продуктивності, мотивації та оплати праці	1
11	Фінансовий план	1
12	Бізнес-планування	1
	Разом	12

8. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
	Для даної дисципліни не передбачено	

9. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
	Для даної дисципліни не передбачено	

10. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Методологічні основи планування діяльності туристичних установ	7
2	Класифікація видів планування	7
3	Нормативно-правові вимоги діяльності туристичних підприємств	7
4	Розробка маркетингових цілей на основі досліджень ринку	7
5	Розробка стратегії підприємства	7
6	Продуктова політика	7
7	Комунікаційна система туристичного підприємства	7
8	Вибір цінової стратегії підприємства	7
9	Організаційно - виробничий план	7
10	Планування продуктивності, мотивації та оплати праці	7
11	Фінансовий план	7
12	Бізнес-планування	7
	Разом	84

11. Індивідуальні завдання

Зміст індивідуального навчально-дослідного завдання (навчального проєкту)	Рекомендований час (години)
-	-

12. Методи навчання

Викладання курсу «Організація та планування діяльності туристичних підприємств» передбачає такі види навчальних занять як лекції та семінарські заняття. На лекціях розкривається теоретична складова питання. Семінарські заняття призначені для детального розгляду окремих теоретичних положень навчальної дисципліни, формування умінь та навичок їх практичного використання шляхом виконання практичних завдань, кейсів, вправ. У рамках курсу передбачено вирішення задач, розрахунок показників ефективності туристичної діяльності підприємства на основі даних, наданих викладачем, захист індивідуальних завдань тощо.

Мета семінарських занять – закріпити знання, одержані при вивченні дисципліни, з'ясувати питання, які виникли при самостійній підготовці, навчити самостійно працювати з навчальною і спеціальною літературою, розвивати творчу ініціативу у процесі виступів і доповнень.

Самостійна робота передбачає виконання передусім реконструктивно-варіативних, частково-пошукових та навчально-дослідних завдань, а саме:

вивчення окремих змістових питань; реферування першоджерел; аналіз, синтез, порівняння, узагальнення явищ, фактів, закономірностей щодо отримання знань з науково-практичних основ формування та оцінювання потенціалу підприємства, викладених у джерелах інформації (періодичних виданнях, Інтернет-порталах, офіційних Інтернет-сторінках асоціацій, організацій та підприємств), з метою підготовки відповідей на поставлені попередньо запитання; складання таблиць, графіків ілюстрацій; підготовка до виступу на семінарському занятті; підготовка до обговорення ситуаційних завдань тощо.

13. Методи контролю

Для визначення успішності навчання використовуються контрольні заходи. Контрольні заходи включають поточний та підсумковий контроль.

Поточний контроль здійснюється під час проведення семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретного завдання.

Підсумковий контроль проводиться для оцінки результатів навчання після закінчення вивчення дисципліни (семестровий контроль) або відокремлених за робочим навчальним планом модулів.

Під час вивчення даної дисципліни використовуються такі форми поточного контролю: опитування студентів; тестові завдання; практичні індивідуальні завдання.

Під час вивчення даної дисципліни використовується така форма семестрового контролю як диференційований залік.

14. Розподіл балів, які отримують студенти

Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється за шкалою Університету (0-100, з урахуванням необов'язкових завдань – 120 балів) та національною шкалою.

14.1. Схема нарахування балів з дисципліни

Види та зміст обов'язкових завдань	Максимальна оцінка	Примітки
Індивідуальні виступи на практичному занятті (висвітлення теоретичних питань та вирішення задач)	20 (за час вивчення дисципліни)	0-1-2-3 (при висвітленні питання, вирішенні задачі в певних обсягах)
Проміжний контроль (задачі, практичні, індивідуальні завдання)	20 (при виконанні усіх вимог, відповіді на всі тести, вирішенні усіх задач)	0-1-2-...-9-10 залежно від кількості і якості виконаних робіт)
СРС	20	5-...-15

	(при виконанні усіх вимог до написання роботи)	(при виконанні вимог не в повному обсязі) 0 (при відсутності роботи)
Тестовий контроль	20 (при вірних відповідях на тестові завдання в межах 80–100%)	15 (при вірних відповідях на тестові завдання в межах 65–79%) 10 (при вірних відповідях на тестові завдання в межах 55–64%)
Диференційований залік (3 завдання: два теоретичних питання, одна задача)	20 (при повному і точному виконанні всіх завдань, максимальна оцінка завдань: 1– 5 балів, 2–5 балів, 3–10 балів)	0-5-10-15-20 залежно від кількості і якості виконаних робіт)
Разом:	100	

Максимальний бал за виконання необов'язкових завдань – 20.

14.2. Умови нарахування балів

1. Підготовка до практичних занять, участь в обговоренні на заняттях передбачає:

1) самостійне виконання і конспектування всіх передбачених програмою питань / завдань. Формою подачі готового завдання може також бути презентація;

2) активну участь в обговоренні відповідей інших студентів, із висловленням власних думок, спостережень, критичних зауважень.

2. Викладач зараховує контрольну роботу за наслідками співбесіди або відправляє її на доопрацювання, пропонуючи студентові виправити помилки. За контрольну роботу студент може отримати максимальну кількість балів – 30 балів (по 10 балів за кожне правильно виконане завдання).

Контрольна робота не зараховується: якщо вона не відповідає варіанту завдання, якщо в ході перевірки виявляється, що теоретичні питання розкриті неповно, задача не розв'язана або не обґрунтована належним чином. Мінімальна кількість балів для зарахування контрольної роботи – 15 балів.

4. Проміжне (модульне) тестування

Тестові завдання з кожного модулю складаються із 20 питань, правильна відповідь на одне питання дорівнює 0,5 бали. Результати округлюються до цілого числа в сторону збільшення. Максимальна кількість балів за проміжне (модульне) тестування – 30 балів (по 10 балів за кожний модуль).

Для виступів з доповідями та презентаціями на теми індивідуальних завдань для підготовки студентів до практичного заняття:

Бали	Характер доповіді	Повнота висвітлення	Відповіді на запитання
9-10	Вільний творчий переказ	Висока	Вичерпні
7-8	Частковий переказ	Висока або середня	Вичерпні
5-6	Частковий переказ або читання	Середня	Неповні
3-4	Фрагментарний переказ або читання	Середня або низька	Фрагментарні
1-2	Окремі тези	Низька	Відсутні

14.3. Критерії підсумкового оцінювання

Проміжок за накопичувальною шкалою Університету	Оцінка чотирибальною національною шкалою
90 та вище	відмінно
70–89	Добре
50–69	задовільно
1–49	незадовільно

15. Методичне забезпечення

До уваги студентів: усі навчально-методичні матеріали (плани лекцій, презентації, завдання/задачі/ситуаційні вправи тощо) подані в Moodle за посиланням: <https://dist.krok.edu.ua/course/view.php?id=2522>

16. Рекомендована література

Нормативні документи

1. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>
2. Господарський кодекс України № 436-IV від 16.01.2003 року (із змінами і доповненнями від 22.02.2024). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>
3. Податковий кодекс України від 02.12.2010 (із змінами і доповненнями від 18.07.2024). URL: https://ips.ligazakon.net/document/T10_2755?an=31340

Базова

4. Мальська М.П., Бордун О. Ю. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика: Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2012. 248 с.
5. Мальська М.П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія та практика: Підручник. 2-ге вид. перероб. та доп. К.: Центр учбової літератури, 2012. 368 с.
6. Скібіцький О.М., Матвеев В.В., Скібіцька Л.І. Організація бізнесу. Менеджмент підприємницької діяльності: Навч. посіб. К.: Кондор, 2011. 912 с.

Допоміжна

7. Балашова Р.І. Організація діяльності туристичного підприємства: Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2012. 184 с.
8. Берданова О.В., Вакуленко В.М., Тертична В.В. Стратегічне планування: Навч. посіб. Київ-Львів, ЗУКЦ. 2008. 362 с.
9. Гаврилюк С.П. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу. К.: КНТЕУ, 2006. 157 с.
10. Тарасюк Г.М., Шваб Л.І. Планування діяльності підприємства: Навчальний посібник. К.: Каравела, 2011. 432 с.

Інформаційні ресурси

11. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму
URL: <https://www.tourism.gov.ua>
12. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL:
<http://www.ukrstat.gov.ua/>
13. World Tourism Organization UNWTO. URL: <http://www2.unwto.org/>

Додаткова інформація з дисципліни: перелік питань до проміжного та підсумкового контролю розташовано на платформі Moodle:
<https://dist.krok.edu.ua/course/view.php?id=2522>

Робочу програму навчальної дисципліни «Організація та планування діяльності туристичних підприємств»:

Складено Гаврилюк Світланою Павлівною, к.е.н., доцентом, доцентом кафедри туризму.

Ухвалено кафедрою туризму (протокол засідання кафедри туризму №1 від 29.08.2024 р.).