ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ТУРИЗМУ ТА МІЖНАРОДНИХ КОМУНІКАЦІЙ
КАФЕДРА ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ТА
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Методичні рекомендації з навчальної дисципліни

ПЛАНУВАННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Рівень вищої освіти	**Перший (бакалаврський)**
Галузь знань	**24 Сфера обслуговування**
Спеціальність	**241 Готельно-ресторанна справа**
Освітня програма	**Готельно-ресторанна справа**
Статус дисципліни	**Вибіркова**
Мова навчання	**Українська**

Ужгород 2025

Методичні рекомендації з навчальної дисципліни «**Планування та організація туристчиного бізнесу**» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти галузі знань **24 Сфера обслуговування** зі спеціальності **241 Готельно-ресторанна справа** освітньо-професійної програми **Готельно-ресторанна справа**

Упорядник: **Попик Мар'яна Михайлівна**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туристичної інфраструктури та готельно-ресторанного господарства**.**

Рецензенти:
Пітюлич Михайло Михайлович – доктор економічних наук, професор, член-кореспондент НАН України, завідувач кафедри фінансів і банківської справи економічного факультету ДВНЗ «Ужгородський національний університет».

Шулла Роман Степанович – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри обліку і аудиту економічного факультету ДВНЗ «Ужгородський національний університет».

Методичні рекомендації розглянуто та затверджено на засіданні кафедри туристичної інфраструктури та готельно-ресторанного господарства

протокол № ____ від «____» _____ 2025 р.

Завідувач кафедри _____ д.і.н., проф. Корсак Р.В.

Схвалено науково-методичною комісією факультету туризму та МК

протокол № ____ від «____» _____ 2025 р.

Голова науково-методичної комісії _____ д.геогр.н., проф. Машіка Г. В.

ЗМІСТ

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО САМОСТІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ СТУДЕНТІВ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ…….. 4
МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ……. 5
ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ……. 6
ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ……... 7
СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ……..... 11
КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ …… 13
ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПІДГОГТОВКИ ДО ІНДИВІДУАЛЬНИХ ТА ГРУПОВИХ ПРОЕКТІВ……..... 20
ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ…….. 21
ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО МОДУЛЬНОЇ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ № 1, 2…… 25
ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ЗАЛІКУ……. 28
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ…… 32

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО САМОСТІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ СТУДЕНТІВ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Для отримання необхідних знань з дисципліни «Планування та організація туристичного бізнесу» здобувачі вищої освіти вивчають теоретичний курс відповідно до робочої програми, зміст якої (основні теми і вказівки до їх вивчення) містяться у методичних рекомендаціях.

Обов'язковим елементом успішного засвоєння навчального матеріалу дисципліни «Планування та організація туристичного бізнесу» є самостійна робота студентів, яка є основним засобом оволодіння навчальним матеріалом у час, вільний від нормованих навчальних занять, тобто лекційних та практичних занять (аудиторної роботи). Основні види самостійної роботи, які використовуються в освітньому процесі:

✓ Літературний огляд**:** самостійне вивчення наукових джерел, статей, книг для зібрання необхідної інформації з певної теми.

✓ Написання рефератів та есе**:** створення коротких письмових робіт на задану тему з аргументацією та висновками.

✓ Підготовка доповідей і презентацій**:** підготовка та представлення інформації за темою курсу чи проекту.

✓ Робота над індивідуальними та груповими проектами**:** створення проектів, що включають як теоретичну частину, так і практичну реалізацію (наприклад, розробка програмного забезпечення, проведення маркетингових досліджень тощо).

✓ Групові дискусії та колективні проекти: спільне обговорення теми або виконання завдання в групах, що сприяє розвитку колективної роботи та критичного мислення.

✓ Робота з Інтернет-ресурсами**:** вивчення онлайн матеріалів, відео лекцій, онлайн-бібліотек, використання інтернет-ресурсів для поглиблення знань.

✓ Аналіз наукових статей і публікацій: вивчення професійних наукових статей, книг та інших публікацій для розширення кругозору та поглиблення знань у певній сфері.

✓ Підготовка до екзаменів та контрольних робіт: самостійне повторення вивченого матеріалу, складання тестів, вправ для оцінки знань.

Методичні рекомендації спрямовані на розвиток у студентів здатності до самостійного мислення, глибшого засвоєння навчального матеріалу та теоретичних знань, а також на набуття практичних навичок. Вони надають студентам можливість завчасно готувати презентації для семінарських занять, виконувати розрахункові завдання та розв'язувати проблемні ситуації й кейси відповідно до наданих рекомендацій.

Після вивчення теоретичної частини матеріалу студент виконує контрольне завдання, що дасть змогу застосувати здобуті знання для вирішення конкретних практичних питань. Контрольна робота містить теоретичні питання і тестові завдання (приклад варіанту контрольної роботи подано в додатку А).

МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою вивчення дисципліни є оволодіння студентом вмінням використовувати в майбутній практичній роботі процеси планування та організації бізнесу для ефективної діяльності туристичної фірми.

Головними **завданнями** цієї дисципліни є з'ясувати сутність, цілі й методологію планування в туризмі, детальну характеристику алгоритмів та змісту планування; довести доцільність й обов'язкове використання процесу планування як надійного фінансово-економічного інструменту розвитку сучасного туристичного бізнесу; навчитися розробляти організаційний та виробничий план діяльності туристичного підприємства; познайомитися з переліком маркетингових заходів на туристичному підприємстві; навчитися проводити маркетингові дослідження в туристичному бізнесі; ознайомитися з плануванням комунікаційної політики; познайомити студента з управлінням персоналом в туризмі; вивчити особливості ціноутворення в сфері туристичного бізнесу; з'ясувати основні аспекти фінансового плану туристичного підприємства; навчитися писати бізнес-план сучасного туристичного підприємства.

Відповідно до освітньої програми, вивчення дисципліни сприяє формуванню в Відповідно до освітньої програми, вивчення дисципліни сприяє формуванню в студентів вищої освіти таких **компетентностей**:

ІК. Здатність розв'язувати спеціалізовані завдання та практичні проблеми діяльності суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу, що передбачає застосування теорій та методів системи наук, які формують концепції гостинності й характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

ЗК 02. Здатність діяти соціально відповідально усвідомлюючи цінності громадянського суспільства, верховенства права, а також прав і свобод людини та громадянина в Україні.

ЗК 10. Здатність використовувати комунікаційні технології, налагоджувати міжособистісні взаємодії для командної та/або індивідуальної роботи.

ЗК 11. Здатність до креативного генерування ідей та адаптації для ефективної діяльності у невизначених ситуаціях.

СК 01. Розуміти предметну область і оцінювати потенціал розвитку галузі гостинності з урахуванням потреб всіх можливих сегментів ринку готельно-ресторанного бізнесу.

СК 02. Здатність аналізувати ситуацію, що склалася на ринку гостинності, виокремлювати закономірності його функціонування, прогнозувати тенденції і перспективи розвитку, як на національному так і світовому ринку готельно-ресторанної галузі, встановлювати взаємозв'язок між соціально-економічними процесами, що відбуваються та розвитком індустрії гостинності у країні.

СК 03. Здатність використовувати сучасні організаційно-управлінські та техніко-економічні заходи для підвищення конкурентоздатності національних закладів розміщення та закладів ресторанного господарства.

СК 05. Здатність організовувати ефективний виробничо-сервісний процес відповідно до тенденцій на ринку гостинності і потреб цільової аудиторії споживачів.
СК 06. Здатність управляти суб'єктами господарської діяльності готельно-ресторанної сфери, розраховувати основні фінансово-економічні показники, оцінювати ефективність їх діяльності.
СК 08. Здатність здійснювати практичну діяльність у сфері готельного та ресторанного бізнесу відповідно до чинного законодавства.
11. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання готельних та ресторанних послуг для різних сегментів споживачів, проводити дослідження споживчих ринків та планувати маркетингові заходи.
СК 14. Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії.
СК 15. Здатність ініціювати концепцію розвитку готельно-ресторанного бізнесу, формувати бізнес-ідею для суб'єктів індустрії гостинності.

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

<table>
<tr><th rowspan="2">Найменування показників</th><th colspan="2">Розподіл годин за навчальним планом</th></tr>
<tr><th>Денна форма навчання</th><th>Заочна форма навчання</th></tr>
<tr><td>Кількість кредитів ЄКТС – 3,5</td><td colspan="2">Рік підготовки:</td></tr>
<tr><td>Загальна кількість годин – 105</td><td>4</td><td>5</td></tr>
<tr><td>Кількість модулів – 2</td><td colspan="2">Семестр:</td></tr>
<tr><td rowspan="6">Тижневих годин для денної форми навчання:
аудиторних – 3 год.
самостійної роботи студента – 55 год.</td><td>7</td><td>9</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекції:</td></tr>
<tr><td>36 год.</td><td>10 год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Практичні (семінарські):</td></tr>
<tr><td>14 год.</td><td>4 год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лабораторні:</td></tr>
<tr><td>Вид підсумкового контролю: залік</td><td>-</td><td>-</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Форма підсумкового контролю: усне опитування</td><td colspan="2">Самостійна робота:</td></tr>
<tr><td>55 год.</td><td>91 год.</td></tr>
</table>

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Модуль 1	
Тема 1. Планування в туристичному бізнесі: основні категорії та поняття	План, процес планування, завдання процесу планування, етапи планування, стадії процесу планування, місія, цілі підприємства в туризмі, типи планування, стратегічне планування (довгострокове), тактичне планування (середньострокове), оперативне планування (короткострокове), етапи процесу стратегічного планування, ефективність планування.
Тема 2. Розробка організаційного плану діяльності туристичного підприємства	Туристичний агент, туроператор, фізична особа-підприємець, групи ФОП, ставки оподаткування, єдиний податок, юридична особа, приватне підприємство, державне підприємство, корпоративне підприємство, унітарне підприємство, національне підприємство, підприємство з іноземними інвестиціями, іноземне підприємство, акціонерні товариства, товариства з обмеженою відповідальністю, товариства з додатковою відповідальністю, повні товариства, командитні товариства, статут, засновницький договір, туроператорська ліцензія, фінансове забезпечення тур агента, фінансове забезпечення туроператора, виписка про державну реєстрацію, ідентифікаційний код ЄДРПОУ, загальна система оподаткування, спрощена система оподаткування юридичних осіб.
Тема 3. Розробка виробничого плану діяльності туристичного підприємства	Виробничі фонди, основні фонди, оборотні фонди, основні засоби, оборотні засоби, оборотні фонди, фонди обігу, туроператор, туроператорська спеціалізація, туроператори масового ринку, спеціалізовані оператори, цикли виробництва туристичного продукту, технології реалізації туристичного продукту, програмне забезпечення туристичного підприємства, ризики в туристичній діяльності, управління ризиками.

Тема 4. Планування та організація маркетингових заходів на туристичному підприємстві	Маркетинг, маркетинг в туризмі, елементи маркетингу, 4Р, товар, ціна, місце, просування, комплекс маркетингу, маркетинг-мікс, етапи плану маркетингу, маркетингове зовнішнє середовище, мікросередовище, споживачі, конкуренти, постачальники, посередники, контактні аудиторії, макросередовище, фактори макросередовища, економічні фактори, політико - правові фактори, соціально-демографічні фактори, технологічні, природно-географічні фактори, маркетингове внутрішнє середовище, принципи маркетингу, функції маркетингу, SWOT-аналіз.
Тема 5. Маркетингові дослідження в туристичному бізнесі	Маркетингові дослідження, напрями маркетингових досліджень, дослідження мікросередовища, дослідження макросередовища**,** первинна інформація, вторинна інформація, етапи дослідження, кабінетні дослідження, традиційні дослідження, контент-аналіз, методи регресійно-кореляційного аналізу, польові дослідження, інтерв'ю, опитування, експеримент, панель, якісні дослідження, кількісні дослідження, універсальні дослідження, синдикативні дослідження, аналіз даних, обробка даних.
Тема 6. Планування комунікаційної політики туристичного підприємства	Маркетингова комунікаційна політика, просування, політика просування, елементи комплексу просування, реклама, інформативна реклама, стимулююча реклама, психологічна реклама, реклама на телебаченні, реклама на радіо, реклама в друкованих виданнях, зовнішня реклама, Інтернет - реклама, SMM, реклама в соціальних мережах, таргетована реклама, медійна реклама, контекстна реклама, геоконтекстна реклама, блогерство, PR, стимулювання збуту, прямий маркетинг, персональні продажі, виставки, бренд, брендинг.

Тема 7. Сегментування ринку	Сегментування ринку. Фактори сегментування ринку. Географічні фактори сегментування споживчого ринку. Демографічні фактори сегментування споживчого ринку. Психографічні фактори сегментування споживчого ринку. Поведінкові фактори сегментування споживчого ринку. Критерії оцінювання привабливості сегмента. Стратегія недиференційованого маркетингу. Стратегія диференційованого маркетингу. Різновиди диференційованого маркетингу. Концентрований маркетинг. Індивідуалізований маркетинг.
Модуль 2	
Тема 8. Управління персоналом в туризмі	Персонал, **у**правління персоналом в сфері туризму, HR- менеджмент, методи управління, економічні методи, адміністративні методи, соціально-психологічні методи управління, кадрова політика, кадрова стратегія, кадрове планування, стратегічне кадрове планування, тактичне кадрове планування, поточне кадрове планування, комплектування персоналом організацію, підбір персоналу, набір персоналу, кадровий резерв, джерела набору персоналу, навчання персоналу, перекваліфікація, підвищення кваліфікації, ділова оцінка персоналу.
Тема 9. Франчайзинг як особлива форма організації туристичного бізнесу	Франчайзинг, франшиза, франчайзер, франчайзі, роялті, гудвіл, франчайзинговий пакет, переваги франчайзингу в туристичному бізнесі, недоліки франчайзингу в туристичному бізнесі.
Тема 10. Особливості ціноутворення в сфері туристичного бізнесу	Ціна, ціна на продукти чи послуги в сфері туризму, визначення ціни, собівартість товару чи послуги, витрати підприємства, постійні витати, змінні витрати, методи визначення ціни на туристичний продукт чи послугу, стратегії щодо встановлення ціни на туристичний продукт чи послугу.

Тема 11. Фінансовий план діяльності туристичного підприємства	Фінанси, фінансовий план, етапи фінансового планування, джерела фінансування бізнесу, фінансові відносини з контрагентами в туризмі, самофінансування, позикові кошти, доходи підприємства, прибуток підприємства, чистий прибуток, рух грошових коштів, термін окупності, рентабельність інвестицій, точка беззбитковості.
Тема 12. Бізнес-план як кінцевий продукт планування	Бізнес-план, процес бізнес-планування, етапи бізнес-планування, цілі написання бізнес-плану, функції бізнес-плану, підрозділи бізнес-плану.
Тема 13. Критерії та методи оцінки ефективності бізнесу	Поняття ефективності, критерії ефективності бізнесу, показники ефективності управління, напрями щодо підвищення ефективності управління, показники результативності бізнесу, показники економічності бізнесу, рентабельність бізнесу, показник прибутку на вкладений капітал, коефіцієнт рентабельності власного капіталу.

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	*Кількість годин*											
	Денна форма						*Заочна форма*					
	всього	у тому числі					всього	у тому числі				
		л	п	лаб	ін	с.р		л	п	лаб	ін	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Змістовий модуль 1												
Тема 1. Планування в туристичному бізнесі: основні категорії та поняття.	7	2	1			4	7	-				7
Тема 2. Розробка організаційного плану діяльності туристичного підприємства.	10	4	1			5	9	1	1			7
Тема 3. Розробка виробничого плану діяльності туристичного підприємства.	10	4	1			5	9	1	1			7
Тема 4. Планування та організація маркетингових заходів на туристичному підприємстві.	9	4	1			4	9	1	1			7
Тема 5. Маркетингові дослідження в туристичному бізнесі.	7	2	1			4	8	1				7
Тема 6. Планування комунікаційної політики туристичного підприємства.	7	2	1			4	8	1				7
Тема 7. Сегментування ринку.	7	2	1			4	7	-				7

Модульна контрольна робота №1	2	2	-			-	-					
Разом за змістовим модулем 1	**59**	**22**	**7**			**30**	**57**	**5**	**3**			**49**
Змістовий модуль 2												
Тема 8. Управління персоналом в туризмі.	7	2	1			4	8	1				7
Тема 9. Франчайзинг як особлива форма організації туристичного бізнесу.	7	2	1			4	8	1				7
Тема 10. Особливості ціноутворення в сфері туристичного бізнесу.	7	2	1			4	8	1				7
Тема 11. Фінансовий план діяльності туристичного підприємства.	7	2	1			4	8	1				7
Тема 12. Бізнес-план як кінцевий продукт планування.	9	2	2			5	9	1	1			7
Тема 13. Критерії та методи оцінки ефективності бізнесу.	7	2	1			4	7	-				7
Модульна контрольна робота № 2	2	2	-			-	-	-				-
Разом за змістовим модулем 2	**46**	**14**	**7**			**25**	**48**	**5**	**1**			**42**
Усього годин	**105**	**36**	**14**			**55**	**105**	**10**	**4**			**91**

КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ

Тема 1. Планування в туристичному бізнесі: основні категорії та поняття

1. Що є необхідним для ведення бізнесу?
2. Що потрібно для практичної реалізація будь-якого комерційного проекту?
3. Що таке план?
4. Що таке планування і які виділяють завдання планування?
5. Які існують стадії процесу планування?
6. З яких етапів складається процес планування в організації?
7. Що таке місія підприємства?
8. Які ставляють цілі перед собою підприємства в сфері туризму?
9. Які розрізняють типи планування?
10. Що таке стратегічне планування?
11. На який період і ким розробляються стратегічні плани на підприємствах туристичного бізнесу?
12. Які етапи охоплює процес стратегічного планування?
13. Що таке тактичне планування?
14. На який період і ким розробляються тактичні плани на підприємствах туристичного бізнесу?
15. Що таке оперативне планування?
16. На який період і ким розробляються оперативні плани на підприємствах туристичного бізнесу?
17. Що таке робочі плани підприємства?
18. Що таке генеральний план туристичного підприємства?
19. Від чого залежить ефективність планування?

Тема 2. Розробка організаційного плану діяльності туристичного підприємства

1. Хто такий туристичний агент?
2. Хто такий туроператор?
3. В яких організаційно-правових формах можуть функціонувати туристичні агенти та туристичні оператори?
4. Як створити ФОП?
5. Що таке КВЕД?
6. Як відкрити ФОП онлайн?
7. Що таке ЄЦП?
8. Оподаткування ФОП у 2019/2020 році.
9. Групи ФОП.
10. Від чого залежить ставка єдиного податку для 1 та 2 групи ФОП?
11. Як розраховується податок для 3 групи ФОП?

12. Який мінімальний розмір фінансового забезпечення туристичного агента?
13. Організація роботи туроператора як юридичної особи.
14. Ліцензування діяльності туристичних підприємств.
15. Які є види підприємств залежно від форм власності?
16. Які виокремлюють види підприємств за наявністю у статутному фонді підприємства іноземних інвестицій ?
17. Які є види підприємств залежно від способу утворення та формування статутного фонду?
18. Як поділяють підприємства за організаційно-правовою формою?
19. Які існують етапи процедури створення туристичного підприємства як юридичної особи?
20. Державна реєстрація підприємства.
21. Який мінімальний розмір фінансового забезпечення внутрішнього туроператора?
22. Який мінімальний розмір фінансового забезпечення зовнішнього туроператора?
23. Що таке статут підприємства і які дані містить в собі?
24. Що таке засновницький договір?
25. Що отримують суб'єкти, які пройшли державну реєстрацію?
26. Система оподаткування юридичних осіб.
27. Загальна система оподаткування.
28. Спрощена система оподаткування.

Тема 3. Розробка виробничого плану діяльності туристичного підприємства

1. Які етапи виробничого плану діяльності туристичного підприємства?
2. Що таке виробничі фонди підприємства?
3. Основні виробничі фонди.
4. Оборотні виробничі фонди.
5. Які виділяють основні засоби туристичного підприємства?
6. Які виділяють оборотні засоби ?
7. Що таке оборотні фонди?
8. Що таке фонди обігу?
9. Як відбувається планування виробництва туристичних послуг і контроль за якістю туристичного продукту?
10. Що таке туроператорська спеціалізація?
11. Хто такі оператори масового ринку?
12. Хто такі спеціалізовані оператори?
13. Як поділяють спеціалізованих операторів?
14. Як поділяють туроператорів за місцем діяльності?
15. Що відноситься до основних технологічних процесів в туристичної діяльності?

16. Які цикли включає в себе процес виробництва туристичного продукту?
17. Яким принципам повинні відповідати тури, які розробляються туроператорами?
18. Які існують способи (технології) реалізації туристичного продукту?
19. Яке є програмне забезпечення туристичного підприємства?
20. Що таке CRM?
21. Які існують пошукові системи пропозицій різних туроператорів?
22. Які існують ризики у туристичній діяльності?
23. Які є способи зменшення ризику в туризмі?
24. Що таке управління ризиками?

Тема 4. Планування та організація маркетингових заходів на туристичному підприємстві

1. Що призвело до виникнення маркетингу в туризмі?
2. Що таке маркетинг?
3. Яка специфіка маркетингу в туризмі?
4. Що є основою маркетингової діяльності?
5. Які є основні елементи маркетингу?
6. Що таке «4Р» ?
7. Що таке «маркетинг-мікс»?
8. Які етапи включає в себе план маркетингу на підприємстві?
9. Що таке маркетингове зовнішнє середовище?
10. Які існують фактори мікросередовища?
11. Які існують фактори макросередовища?
12. Що таке маркетингове внутрішнє середовище?
13. Які виділяють принципи маркетингу?
14. Які виділяють функції маркетингу?
15. Що таке SWOT-аналіз?

Тема 5. Маркетингові дослідження в туристичному бізнесі

1. Що таке маркетингові дослідження?
2. Для чого вони проводяться?
3. Хто може проводити маркетингові дослідження?
4. В яких напрямах проводяться маркетингові дослідження?
5. В яких напрямах проводиться дослідження факторів макросередовища?
6. В яких напрямах проводиться дослідження факторів мікросередовища підприємства?
7. Етапи процесу маркетингового дослідження.
8. Які існують ситуації, за яких маркетингові дослідження не проводяться?
9. В чому полягає розробка плану дослідження?
10. Як поділяють дані залежно від способу збирання інформації ?
11. Що таке первинна інформація?

12. Що таке вторинна інформація?
13. Які є переваги й недоліки первинної/ вторинної інформації?
14. Які існують методи маркетингових досліджень?
15. Що таке кабінетні дослідження?
16. Що таке внутрішня інформація?
17. Що таке зовнішня інформація?
18. Які є види кабінетних досліджень?
19. Що таке польові дослідження?
20. Які існують види польових досліджень?
21. Що таке кількісні дослідження?
22. Що таке якісні дослідження?
23. Які є методи якісних досліджень?
24. Що таке дослідження ad hoc?
25. Що таке універсальні дослідження?
26. В чому полягає реалізація плану дослідження?
27. Як відбувається обробка та аналіз даних?
28. В чому полягає підготовка звіту по дослідженню та розробка рекомендацій?

Тема 6. Планування комунікаційної політики туристичного підприємства

1. Що таке маркетингова комунікаційна політика?
2. Що таке просування?
3. Просування в туризмі.
4. Які існують основні елементи комплексу просування?
5. Що таке комплекс просування?
6. Реклама в туризмі.
7. Функції реклами.
8. Види реклами.
9. Засоби реклами.
10. PR як елемент просування.
11. Основні завдання PR.
12. Види PR.
13. Інструменти PR.
14. Стимулювання збуту в туризмі.
15. Які є засоби стимулювання збуту?
16. У яких ситуаціях стимулювання збуту використовується найчастіше?
17. Персональний продаж в туризмі.
18. Процес персонального продажу.
19. Прямий маркетинг (директ-маркетинг) як елемент просування.
20. Що таке бренд?
21. Що таке брендинг?

Тема 7. Сегментування ринку

1. Що таке сегментування ринку?
2. Які існують фактори сегментування ринку?
3. Географічні фактори сегментування споживчого ринку.
4. Демографічні фактори сегментування споживчого ринку.
5. Психографічні фактори сегментування споживчого ринку.
6. Поведінкові фактори сегментування споживчого ринку.
7. Які виділяють критерії оцінювання привабливості сегмента?
8. Що таке стратегія недиференційованого маркетингу?
9. Що таке стратегія диференційованого маркетингу?
10. Які існують ізновиди диференційованого маркетингу?
11. Що таке концентрований маркетинг?
12. Що таке індивідуалізований маркетинг?

Тема 8. Управління персоналом в туризмі

1. Управління персоналом як чинник ефективного менеджменту.
2. Персонал: ознаки, види, категорії.
3. Які виділяють завдання менеджменту персоналу?
4. Які існують методи управління?
5. В чому полягає кадрова політика підприємства?
6. Які завдання кадрової політики?
7. Які принципи кадрової політики?
8. Що розуміють під елементами кадрової політики?
9. В чому полягає кадрове планування в організації?
10. Які виділяють типи кадрового планування?
11. Що означає комплектування організації персоналом?
12. Що таке підбір персоналу?
13. Що таке процес набору персоналу?
14. Що таке кадровий резерв?
15. В чому полягає підбір та управління персоналом туристичного підприємства?
16. Які існують джерела набору персоналу?
17. Переваги й недоліки різних типів набору персоналу.
18. Які виокремлюють принципи відбору персоналу?
19. Що таке ділова оцінка персоналу?
20. Навчання та перекваліфікація кадрів у туристичному бізнесі.

Тема 9. Франчайзинг як особлива форма організації туристичного бізнесу

1. Що таке франчайзинг?
2. Що таке франшиза?
3. Хто такий франчайзер?
4. Хто такий франчайзі?
5. Що таке роялті?
6. Що таке гудвіл?
7. Що таке франчайзинговий пакет?
8. Які переваги франчайзингу в туристичному бізнесі?
9. Які недоліки франчайзингу в туристичному бізнесі?
10. Які приклади ведення туристичного бізнесу на основі франшизи у вашому місті?

Тема 10. Особливості ціноутворення в сфері туристичного бізнесу

1. Що таке ціна на товар/послугу?
2. З яких принципів слід виходити, визначаючи ціну послуг в сфері туризму?
3. З врахуванням яких чинників визначається ціна туристичного продукту?
4. З яких блоків цін складається система цін для окремого туристичного підприємства?
5. Які виділяють види витрат?
6. Що таке змінні витрати?
7. Які є види змінних витрати на туристичному підприємстві?
8. Що таке постійні витрати?
9. Які є види постійних витрати на туристичному підприємстві?
10. Що таке собівартість продукту чи послуги?
11. Як розрахувати собівартість туристичного продукту?
12. Якими методами розраховується ціна туристичного продукту?
13. Які існують стратегії щодо встановлення ціни на туристичний продукт?

Тема 11. Фінансовий план діяльності туристичного підприємства

1. Для чого розробляють фінансовий план підприємства?
2. З яких етапів складається фінансове планування туристичного підприємства?
3. Які існують джерела фінансування бізнесу?
4. Що таке дохід підприємства?
5. Що таке прибуток від реалізації товарів чи послуг?
6. Що таке чистий прибуток?
7. В чому полягає план руху грошових коштів?
8. Які фінансові відносини виникають в господарській діяльності підприємства?

9. Що таке «кеш флоу»?
10. Що таке термін окупності і як розрахувати цей показник?
11. Що означає коефіцієнт рентабельності інвестицій і як його розрахувати?
12. Що таке точка беззбитковості і як її розрахувати?

Тема 12. Бізнес-план як кінцевий продукт планування

1. В чому полягає процес бізнес-планування?
2. Що таке бізнес-план?
3. Яка мета створення бізнес-плану?
4. В чому полягає необхідність створення бізнес-плану?
5. Для кого розробляється бізнес-план?
6. Для яких підприємств потрібно розробляти бізнес-план?
7. На який період розробляють бізнес-план?
8. Які виділяють цілі бізнес-плану?
9. Які функції виконує бізнес-план?
10. З яких етапів складається процес бізнес-планування?
11. Які підрозділи включає в себе бізнес-план?
12. Що таке резюме і що міститься в ньому?
13. Які основні положення включає в себе організаційний план?
14. Які основні положення включає в себе виробничий план?
15. Які основні положення включає в себе план маркетингу?
16. Які основні положення включає в себе фінансовий план?
17. В чому полягає стратегія управління ризиками?
18. Які додатки варто включати до бізнес-плану?

Тема 13. Критерії та методи оцінки ефективності бізнесу

1. Що таке ефективність?
2. Які виділяють критерії ефективності управління?
3. Які виокремлюють показники ефективності управління?
4. Що відносять по показників соціальної ефективності управління?
5. Які виділяють напрями щодо підвищення ефективності управління?
6. Що таке показники результативності бізнесу?
7. Що таке показники економічності бізнесу?
8. Що таке рентабельність бізнесу?
9. Як розрахувати показник прибутку на вкладений капітал і про що він говорить?
10. Що таке коефіцієнт рентабельності власного капіталу і як його розрахувати?

ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ІНДИВІДУАЛЬНИХ ТА ГРУПОВИХ ПРОЕКТІВ

Проект	***Назва/Зміст завдання***	***Кількість розробників***
№ 1	**«Розробка туристичного маршруту»** На основі реальних даних розробити цілісний туристичний продукт, який складається з таких блоків: послуги проживання (користуючись додатками Booking.com та Airbnb), послуги перевезення (WizzAir, Ryanair, Pegasus, EasyJet, FlixBus, SkyScanner і т. д.), харчування, страхування, а також екскурсійного обслуговування. Розроблений турпродукт представити у формі презентації.	Індивідуальний проект
№ 2	**«Розробка бізнес-плану туристичного підприємства /підприємства сфери гостинності»** Бізнес-план – це письмовий документ, який описує майбутній бізнес, його цілі та стратегії, орієнтований ринок і фінансовий прогноз. Основні розділи можуть називатися по-різному, бути об’єднані або розбиті на додаткові підрозділи, але їх зміст обов’язково повинен відображатися в документі. Які ж розділи включає в себе бізнес-план? Це – опис бізнесу, аналіз ринку, виробничий план, організаційний план, маркетинговий план, фінансові показники, оцінка ризиків, резюме проекту та додатки. Підготовка бізнес-плану допоможе зосередитися на тому, як ваш майбутній бізнес повинен працювати, щоб мати найвищий шанс на успіх. Розроблений проект представити у формі презентації.	Груповий проект (4-5 людей в групі)

ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання є: комплексні іспити, стандартизовані тести, групові проекти, реферати, презентації результатів виконаних завдань та досліджень, студентські презентації та виступи на наукових заходах, інші види індивідуальних та групових завдань.

Засобами оцінювання результатів навчання та методами демонстрування з навчальної дисципліни є:

✓ *поточний контроль* – здійснюється для всіх видів аудиторних занять під час їх проведення. Метою поточного контролю є визначення рівня досягнень дисциплінарних результатів навчання студента за певним розділом (темою) робочої програми дисципліни, практичними заняттями, самостійною роботою

✓ *проміжний (модульний) контроль* має на меті оцінювання знань, умінь та практичних навичок студента, набутих під час засвоєння теоретичного і практичного матеріалу після вивчення логічно завершеної частини навчальної дисципліни;

✓ *підсумковий контроль* передбачає комплексне оцінювання рівня сформованості результатів навчання з дисципліни.

Форми контролю та критерії оцінювання результатів навчання

Форми поточного контролю: доповідь з презентацією, стандартизовані тести, реферат, самостійна робота, індивідуальні проекти, робота в групових проектах.

Знання, вміння та навички студентів оцінюються через визначення якості виконання конкретизованих завдань. Кількісна оцінка певного поточного контролю за конкретним видом навчального заняття визначається як сума балів за окремі види навчальної роботи. Максимальна кількість балів, яку маже отримати студент за результатами поточного контрою протягом одного модуля – 50.

Форма модульного контролю: контрольна робота. Передбачає розкриття теоретичних питань і розв’язування тестів. Кожне завдання модульної контрольної роботи (2 теоретичні і 5 тестових завдань) оцінюється окремо. Загальна оцінка розраховується як сума оцінок: теоретична частина – 30 балів (по 15 балів кожне теоретичне питання); практична частина оцінюється в 20 балів – по 4 бали балів за кожний тест (разом за контрольну – 50 балів). Підсумкова оцінка за кожний модуль

складається із суми балів за поточне оцінювання і результату модульної контрольної роботи (максимальна оцінка – 100 балів).

Форма підсумкового семестрового контролю: залік в усній формі. Результат контролю визначається як середньо-арифметичне значення двох модулів. Якщо студент погоджується з набраною кількістю балів, ця оцінка може бути виставлена у відомість. Якщо студент не отримав достатньої кількості балів (менше 60) або не погоджується з підсумковою оцінкою, то він складає залік в усній формі. Максимальна оцінка на заліку – 100 балів.

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти (модуль 1)

Т1	**Т2**	**Т3**	**Т4**	**Т5**	**Т6**	**Т7**	Модульна контрольна робота	Сума
7	7	7	7	7	7	8	50	100

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти (модуль 2)

Т8	**Т9**	**Т10**	**Т11**	**Т12**	**Т13**	Модульна контрольна робота	Сума
8	8	8	8	9	9	50	100

Оцінювання окремих видів навчальної роботи з дисципліни

Вид діяльності здобувача вищої освіти	**Модуль 1**		**Модуль 2**	
	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)
Доповідь з презентацією	4	20	4	20
Захист індивідуального проекту	1	10	-	-
Захист групових проектів	2	20	3	30
Модульна контрольна робота	1	50	1	50
Разом		**100**		**100**

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи

Критерії оцінювання теоретичних завдань на модульній контрольній роботі (максимальна кількість за 1 завдання – 15 балів):

0 – студент не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його висвітлити; 1 – 5 балів – студент не володіє навчальним матеріалом у достатньому обсязі, проте фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає окремі питання навчальної дисципліни, не розкриває зміст теоретичних питань; 6 – 8 балів – студент відтворює значну частину навчального матеріалу, висвітлює його основний зміст, виявляє елементарні знання окремих положень, здатний до глибокого, всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, але не користується необхідною літературою; 9 – 13 балів – студент достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає, в основному розкриває зміст теоретичних запитань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу, послуговується науковою термінологією, але при висвітленні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації; 14-15 балів – студент у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно, самостійно та аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних запитань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу, вільно послуговується науковою термінологією.

Критерії оцінювання підсумкового семестрового контролю

Підсумковий семестровий контроль (залік) з дисципліни «Планування та організація туристичного бізнесу» здійснюється в усній формі. Білет складається з трьох теоретичних питань.

Підсумкова оцінка з дисципліни здійснюється згідно з Методикою переведення показників успішності знань студентів Університету в систему оцінювання за шкалою ECTS.

Таблиця відповідності оцінок за різними шкалами оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену	для заліку
90-100	A	відмінно	Зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного	незараховано з можливістю

		складання	повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни	незараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни

Критерій оцінювання підсумкового контролю з дисципліни

✓ **«відмінно»** (**90-100 балів, A)** заслуговує студент, який виявив всебічне і глибоке знання програмового матеріалу, вміння вільно виконувати завдання, передбачені програмою, засвоїв основну і ознайомився з додатковою літературою, розуміє взаємозв'язок головних понять дисципліни та їх значення для майбутньої професії;

✓ **«добре»** (**82-89 балів, B)** заслуговує студент, який виявив повне знання програмного матеріалу, успішно виконує передбачені програмою завдання, засвоїв основну літературу рекомендовану програмою, виявив систематичний характер знань з дисциплін і здатний до самостійного доповнення, але під час відповіді допустив деякі неточності;

✓ **«добре» (74-81 бал, C)** заслуговує студент, що виявив не цілком повне знання програмного матеріалу, не завжди успішно виконує передбачені програмою завдання, частково засвоїв основну літературу, рекомендовану програмою, виявив не систематичний характер знань з дисциплін і не завжди здатний до їх самостійного доповнення і під час відповіді допускає деякі неточності;

✓ **«задовільно» (64-73 бали, D**) заслуговує студент, що виявив знання основного програмного матеріалу в обсязі, необхідному для подальшого навчання та майбутньої роботи за професією, вміє виконувати завдання, передбачені програмою, знайомий з основною рекомендованою літературою.

✓ **«задовільно»** (**60-63 балів, E)** заслуговує студент, що виявив часткове знання основного програмового матеріалу в обсязі, необхідному для подальшого навчання та майбутньої роботи за професією, не завжди вміє виконувати завдання, передбачені програмою, знайомий лише частково з основною рекомендованою літературою. **«незадовільно» (35-59 балів, FX)** виставляється студенту, який виявив суттєві прогалини в знаннях основного програмового матеріалу, допустив принципові помилки у виконанні передбачених програмою завдань.

✓ **«незадовільно» (0-34 балів, F)** виставляється студенту коли протягом семестру він допустив грубі помилки у виконанні передбачених програмою завдань.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО МОДУЛЬНОЇ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ №1

1. Планування як загальна функція менеджменту.
2. Сутність процесу планування в туристичній організації.
3. Етапи процесу планування в організації.
4. Типи планування.
5. Стратегічне планування.
6. Етапи стратегічного планування в організації.
7. Організаційний план діяльності туристичного підприємства.
8. Суб'єкти турагентської та туроператорської діяльності.
9. Фізичні особи-підприємці (ФОП) в туризмі.
10. Оподаткування ФОП в 2019-2020 році.
11. Ліцензування діяльності в сфері туризму.
12. Етапи процедури створення туристичного підприємства як юридичної особи.
13. Види підприємств за формою власності.
14. Види підприємств за наявністю у статутному фонді іноземних інвестицій.
15. Види підприємств залежно від способу утворення та формування статутного фонду.
16. Класифікація підприємств за організаційно-правовою формою.
17. Статут підприємства.
18. Засновницький договір.
19. Оподаткування юридичних осіб в 2019 році.
20. Франчайзинг як особлива форма організації туристичного бізнесу.
21. Переваги і недоліки франчайзингу в туристичному бізнесі.
22. Виробничий план діяльності туристичного підприємства.
23. Формування виробничого фонду туристичного підприємства.
24. Планування виробництва туристичних послуг і контроль за якістю туристичного продукту.
25. Типи туроператорської спеціалізації.
26. Основні технологічні процеси в туристичній діяльності.
27. Цикл виробництва туристичного продукту.
28. Принципи розробки туристичних маршрутів .
29. Визначення способу (технології) реалізації туристичного продукту.
30. Вибір програмного забезпечення туристичного агента.
31. Ризики в туристичному бізнесі.
32. Класифікація ризиків.
33. Управління ризиками.
34. Планування та організація маркетингових заходів на туристичному підприємстві.
35. Маркетинг в індустрії туризму.
36. Основні елементи маркетингу.
37. Комплекс маркетингу.

38. План маркетингу туристичного підприємства.
39. Маркетингове зовнішнє середовище.
40. Мікросередовище.
41. Макросередовище.
42. Маркетингове внутрішнє середовище.
43. Принципи маркетингу в туризмі.
44. Функції маркетингу.
45. Маркетингові дослідження в туристичному бізнесі.
46. Напрями комплексного дослідження ринку.
47. Процес маркетингового дослідження.
48. Методи маркетингових досліджень.
49. Планування комунікаційної політики туристичного підприємства.
50. Елементи комплексу просування.
51. Реклама як елемент просування в туристичному бізнесі.
52. Види реклами в туризмі.
53. Засоби реклами в туризмі.
54. Функції реклами.
55. Паблік рілейшнз як елемент просування в туристичному бізнесі.
56. Види PR.
57. Інструменти PR.
58. Стимулювання збуту як елемент просування в туристичному бізнесі.
59. Персональний продаж як елемент просування в туристичному бізнесі.
60. Директ-маркетинг як елемент просування в туристичному бізнесі.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО МОДУЛЬНОЇ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ № 2

1. Управління персоналом як чинник ефективного менеджменту.
2. Персонал: ознаки, види, категорії.
3. Завдання менеджменту персоналу.
4. Методи управління.
5. Кадрова політика підприємства.
6. Завдання кадрової політики.
7. Принципи кадрової політики.
8. Елементи кадрової політики.
9. Кадрове планування в організації.
10. Типи кадрового планування.
11. Комплектування організації персоналом.
12. Підбір персоналу.
13. Набір персоналу.
14. Джерела набору персоналу.
15. Переваги й недоліки різних типів набору персоналу.
16. Кадровий резерв.
17. Принципи відбору персоналу.
18. Ділова оцінка персоналу.

19. Навчання та перекваліфікація кадрів у туристичному бізнесі.
20. Ціноутворення в туризмі.
21. Ціна на товар/послугу.
22. Види цін в туризмі.
23. Типи цін.
24. Принципи ціноутворення в туризмі.
25. Методи ціноутворення.
26. Чинники, які впливають на визначення ціни в туризмі.
27. Система цін для окремого туристичного підприємства.
28. Витрати туристичного підприємства.
29. Види витрат.
30. Змінні витрати.
31. Види змінних витрати на туристичному підприємстві.
32. Постійні витрати.
33. Види постійних витрати на туристичному підприємстві.
34. Собівартість продукту чи послуги в туризмі.
35. Способи розрахунку собівартості туристичного продукту.
36. Методи розрахунку ціни на туристичний продукт.
37. Стратегії встановлення ціни на туристичний продукт.
38. Особливості та функції ціни на туристичні послуги.
39. Залежність ціни від типу ринку.
40. Залежність ціни від еластичності попиту.
41. Коефіцієнт еластичності попиту.
42. Фінансовий план: зміст, основні поняття.
43. Завдання фінансового планування туристичного підприємства.
44. Цілі фінансового планування.
45. Етапи фінансового планування туристичного підприємства.
46. Джерела фінансування бізнесу.
47. Дохід підприємства.
48. Прибуток від реалізації товарів чи послуг.
49. Чистий прибуток.
50. План руху грошових коштів.
51. Фінансові відносини в господарській діяльності туристичного підприємства.
52. Грошовий потік або «кеш флоу».
53. Термін окупності і його розрахунок.
54. Коефіцієнт рентабельності інвестицій.
55. Точка беззбитковості і її розрахунок.
56. Бізнес-планування: зміст процесу та його мета.
57. Бізнес-план: зміст категорії та основні поняття.
58. Мета та необхідність створення бізнес-плану.
59. Функції та основні завдання бізнес-плану.
60. Етапи бізнес-планування.
61. Перелік основних підрозділів бізнес-плану.

62. Критерії ефективності бізнесу.
63. Показники ефективності управління.
64. Показники соціальної ефективності управління.
65. Напрями щодо підвищення ефективності управління.
66. Показники результативності бізнесу.
67. Показники економічності бізнесу.
68. Рентабельність бізнесу.
69. Показник прибутку на вкладений капітал.
70. Коефіцієнт рентабельності власного капіталу.

ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ЗАЛІКУ

1. Планування як загальна функція менеджменту.
2. Сутність процесу планування в туристичній організації.
3. Етапи процесу планування в організації.
4. Типи планування.
5. Стратегічне планування.
6. Етапи стратегічного планування в організації.
7. Організаційний план діяльності туристичного підприємства.
8. Суб'єкти турагентської та туроператорської діяльності.
9. Фізичні особи-підприємці (ФОП) в туризмі.
10. Оподаткування ФОП в 2019-2020 році.
11. Ліцензування діяльності в сфері туризму.
12. Етапи процедури створення туристичного підприємства як юридичної особи.
13. Види підприємств за формою власності.
14. Види підприємств за наявністю у статутному фонді іноземних інвестицій.
15. Види підприємств залежно від способу утворення та формування статутного фонду.
16. Класифікація підприємств за організаційно-правовою формою.
17. Статут підприємства.
18. Засновницький договір.
19. Оподаткування юридичних осіб в 2019 році.
20. Франчайзинг як особлива форма організації туристичного бізнесу.
21. Переваги і недоліки франчайзингу в туристичному бізнесі.
22. Виробничий план діяльності туристичного підприємства.
23. Формування виробничого фонду туристичного підприємства.
24. Планування виробництва туристичних послуг і контроль за якістю туристичного продукту.
25. Типи туроператорської спеціалізації.
26. Основні технологічні процеси в туристичній діяльності.
27. Цикл виробництва туристичного продукту.
28. Принципи розробки туристичних маршрутів.

29. Визначення способу (технології) реалізації туристичного продукту.
30. Вибір програмного забезпечення туристичного агента.
31. Планування набору та управління персоналом туристичного підприємства.
32. Ризики в туристичному бізнесі.
33. Класифікація ризиків.
34. Управління ризиками.
35. Планування та організація маркетингових заходів на туристичному підприємстві.
36. Маркетинг в індустрії туризму.
37. Основні елементи маркетингу.
38. Комплекс маркетингу.
39. План маркетингу туристичного підприємства.
40. Маркетингове зовнішнє середовище.
41. Мікросередовище. Макросередовище.
42. Маркетингове внутрішнє середовище.
43. Принципи маркетингу в туризмі.
44. Функції маркетингу.
45. Маркетингові дослідження в туристичному бізнесі.
46. Напрями комплексного дослідження ринку.
47. Процес маркетингового дослідження.
48. Методи маркетингових досліджень.
49. Планування комунікаційної політики туристичного підприємства.
50. Елементи комплексу просування.
51. Реклама як елемент просування в туристичному бізнесі.
52. Види реклами в туризмі.
53. Засоби реклами в туризмі.
54. Функції реклами.
55. Паблік рілейшнз як елемент просування в туристичному бізнесі.
56. Види PR.
57. Інструменти PR.
58. Стимулювання збуту як елемент просування в туристичному бізнесі.
59. Персональний продаж як елемент просування в туристичному бізнесі.
60. Директ-маркетинг як елемент просування в туристичному бізнесі.
61. Управління персоналом як чинник ефективного менеджменту.
62. Персонал: ознаки, види, категорії.
63. Завдання менеджменту персоналу.
64. Методи управління.
65. Кадрова політика підприємства.
66. Завдання кадрової політики.
67. Принципи кадрової політики.
68. Елементи кадрової політики.
69. Кадрове планування в організації.
70. Типи кадрового планування.

71. Комплектування організації персоналом.
72. Підбір персоналу.
73. Набір персоналу.
74. Джерела набору персоналу.
75. Переваги й недоліки різних типів набору персоналу.
76. Кадровий резерв.
77. Принципи відбору персоналу.
78. Ділова оцінка персоналу.
79. Навчання та перекваліфікація кадрів у туристичному бізнесі.
80. Ціноутворення в туризмі.
81. Ціна на товар/послугу.
82. Види цін в туризмі.
83. Принципи ціноутворення в туризмі.
84. Методи ціноутворення.
85. Чинники, які впливають на визначення ціни в туризмі.
86. Система цін для окремого туристичного підприємства.
87. Витрати туристичного підприємства.
88. Види витрат.
89. Змінні витрати.
90. Види змінних витрати на туристичному підприємстві.
91. Постійні витрати.
92. Види постійних витрати на туристичному підприємстві.
93. Собівартість продукту чи послуги в туризмі.
94. Способи розрахунку собівартості туристичного продукту.
95. Методи розрахунку ціни на туристичний продукт.
96. Стратегії встановлення ціни на туристичний продукт.
97. Особливості та функції ціни на туристичні послуги.
98. Залежність ціни від типу ринку.
99. Коефіцієнт еластичності попиту.
100. Фінансовий план: зміст, основні поняття.
101. Завдання фінансового планування туристичного підприємства.
102. Цілі фінансового планування.
103. Етапи фінансового планування туристичного підприємства.
104. Джерела фінансування бізнесу.
105. Дохід підприємства. Прибуток від реалізації товарів чи послуг
106. Чистий прибуток.
107. План руху грошових коштів.
108. Фінансові відносини в господарській діяльності туристичного підприємства.
109. Грошовий потік або «кеш флоу».
110. Термін окупності і його розрахунок.
111. Коефіцієнт рентабельності інвестицій.
112. Точка беззбитковості і її розрахунок.
113. Бізнес-планування: зміст процесу та його мета.

114. Бізнес-план: зміст категорії та основні поняття.
115. Мета та необхідність створення бізнес-плану.
116. Функції та основні завдання бізнес-плану.
117. Етапи бізнес-планування.
118. Перелік основних підрозділів бізнес-плану.
119. Критерії ефективності бізнесу.
120. Показники ефективності управління.
121. Показники соціальної ефективності управління.
122. Напрями щодо підвищення ефективності управління.
123. Показники результативності та економічності бізнесу.
124. Показник прибутку на вкладений капітал. Коефіцієнт рентабельності власного капіталу.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна література:

1. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання/навчальний посібник. К.: Знання України, 2002. 358с.
2. Агафонова Л.Г., Каролоп О.О. Показники і критерії конкурентоспроможності окремих видів туристичних послуг. Вісник КДТЕУ. 2000. №1. С 34-37.
3. Агафонова Л.Г., Рога О.В. Підготовка бізнес-плану: Практикум. 3-тє вид. К.: Товароство «Знання», КОО, 2001. 158с.
4. Бабарицька В. К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення тур продукту: навч. посіб. Вид. 2-ге, перероб. та допов. Київ: Альтерпрес, 2008. 230 с.
5. Байлик С.І. Проектування та експлуатація готелів: Навчальний посібник. К.: ХДО, 1995.
6. Балабанова Л.В. Маркетинг : підручник. Донецьк , 2000. 562 с.
7. Бланк І. О. Інвестиційний менеджмент. Київ, 2003. 397 с.
8. Бойчук ІМ. Економіка підприємства: навч. посіб. Л.: Новий світ-2000, 2001. 212 с.
9. Василенко В.О. Ситуаційний менеджмент: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2013. 241с.
10. Виноградський М.Д. Організація праці менеджера: навч. Посіб. К.: Кондор, 2012. 234 с.
11. Вітлінський В.В. Модель вибору інвестиційного проекту. Фінанси України. 2002. № 4. С. 63-73.
12. Гончарова СЮ. Маркетинг: навч. посіб. Х.: Видавничий Дім «ІНЖЕК», 2003. 140 с.
13. Економіка підприємства : структурно-логічний посіб. / за ред. д-ра. екон. наук, проф. С.Ф. Покропивного. К.: КНЕУ, 2001. 454 с.
14. Економіка підприємства: підручник / за ред А.В. Ше-гди. К.: Знання, 2006. 614 с.
15. Загородній А.Т. Менеджмент реальних інвестицій. Серія «Вища освіта XXI століття». К.: Знання, 2000. 210 с.
16. Зубрицька І. Оподаткування та облік туристичної діяльності. «Дебет-Кредит». 2007. 11 червня. № 24.
17. Косенков С. І. Маркетингові дослідження. К.: Скарби, 2004. 464 с.
18. Коюда В. Оцінювання реальних інвестицій. Банківська справа. 2000. № 4. С. 9.
19. Крушельницька О.В. Управління персоналом: навч. посіб. К.: Кондор, 2013. 151 с.
20. Куденко HJS. Маркетингові стратегії фірми : монографія. К. : КНЕУ, 2002. 245 с.

21. Кузнецова Н.М. Основи економіки готельного та ресторанного господарства. К.: Інститут туризму ФПУ, 1997.
22. Левченко В.М. Ціноутворення і оцінка ефективності проектів в інвестиційному менеджменті : навч. посіб. Макіївка: ДонДАБА, 2000. 126 с.
23. Липчук В.В. Маркетинг: теорія, методика, практика : навч. посіб. К. : НВФ «Українські технології», 2001. 260 с.
24. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопропрсторові аспекти) К.: Альтерпрес, 2002. 436 с.
25. Маркетинг : навч. посіб. К.: Центр навч. л-ри, 2003. 258 с.
26. Маркетинг: принципи і функції. Х.: Студцентр, 2002. 320 с.
27. Мних Є.В. Економічний аналіз діяльності підприємства. К. : КНТЕУ, 2008. 514 с.
28. Мороз ЛА. Маркетинг : підручник. Л.: Інтелект-Захід, 2002. 244 с.
29. Мальська М.П., Бордун О.Ю. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2012. 248 с.
30. Осипов В.І. Економіка підприємства : підручник. О.: Маяк, 2005. 724 с.
31. Панченко Ю. В.Менеджмент внутрішнього і міжнародного туризму: навч. посібник. Херсон: ОЛДІ–ПЛЮС, 2013. 342 с
32. Покропивний С.Ф., Соболь С.М., Швиданенко Г.О. Бізнес-план: технологія розробки та обгрунтування: навчальний посібник. К.: КНЕУ, 1998..208 с.
33. Полторак В.А. Маркетингові дослідження : навч. посіб. К. : Центр навч. л-ри, 2003. 387 с.
34. Старостіна А.Х. Маркетинг: навч. посіб. К. : Знання-Прес, 2002. 191 с.
35. Тарасюк Г.Ш. Планування діяльності підприємства. Житомир : ЖДТУ, 2003. 203 с.
36. Тягунова Н. М. Основи організації туристичного бізнесу. Кредитно–модульний курс: навч. посіб. К. : ЦУЛ, 2014. 130 с.
37. Чайка Г. Л. Самоменеджмент менеджера: навч. Посіб. К.: Знання, 2014. 422 с.
38. Черевко Г.В. Економіка підприємства: навч. посіб. Л.: Апріорі, 2004. 348 с.
39. Швайка АЛ. Планування діяльності підприємства : навч. посіб. Л. : Новий світ-2000, 2006. 268 с.
40. Шинкаренко В.Г. Маркетинг : навч. посіб. Х. : ХНДДУ, 2002. 307 с.
41. Шегда А.В. Менеджмент: навч. посіб. К.: Знання, 2002. 354 с.
42. Шкапова О.М. Маркетинг послуг : навч. посіб. К. : Кондор, 2003. 304 с.
43. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії : навч. посіб. Чернівці : ЦТЕІКНТЕУ, 2003. 662 с.

ДОДАТОК А

Варіант модульної контрольної роботи

Модульна контрольна робота № ___
з навчальної дисципліни
«Планування та організація туристичного бізнесу»

Студент
_____

Варіант № ___

І. Теоретичний блок (макс. 30 балів):

1. Переваги і недоліки франчайзингу в туристичному бізнесі (15 балів).
2. Планування виробництва туристичних послуг і контроль за якістю туристичного продукту (15 балів).

ІІ. Тести (макс. 20 балів):

1. Довгострокове планування на основі проміжних цілей: (5 балів)
а) стратегічне планування;
б) тактичне планування;
в) оперативне планування;

2. Підприємство з іноземними інвестиціями — підприємство будь-якої організаційно-правової форми, створене відповідно до законодавства України, іноземна інвестиція в статутному капіталі якого становить: (5 балів)
а) не менше 10 відсотків;
б) більше 5 відсотків;
в) не менше 5 відсотків;

3. Туроператори, які спеціалізуються на окремо визначеному продукті або сегменті ринку – це: (5 балів)
а) туроператори масового ринку;
б) спеціалізовані туроператори;
в) внутрішні туроператори;

4. _____ – це витрати величина яких не змінюється залежно від зміни обсягу випуску продукції і які фірма повинна сплачувати навіть тоді, коли вона нічого не виготовляє. (5 балів)
а) змінні витрати;
б) постійні витрати;
в) виробничі витрати;