

Презентація вибіркових дисциплін для майбутнього 3 курсу за спеціальністю ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННА СПРАВА

Пояснення:

В 5 семестрі кожному з вас необхідно обрати дисципліни загальною сумою 8 кредитів (по 4 кредити кожна, тобто 2 шт.)

В 6 семестрі необхідно обрати дисципліни загальною сумою в 11 кредитів (по 4 кредити кожна – 2 шт., по 3 кредити – 1 шт.)

5 семестр

{ 2 дисципліни



Бухгалтерський облік і аудит в готельно- ресторанній справі

Вибіркова дисципліна
кафедри туристичного, готельного та
ресторанного бізнесу

Структура курсу

Тема 1. Організаційні основи бухгалтерського обліку та аудиту у закладах сфери обслуговування

Тема 2. Бухгалтерський баланс та вплив господарських операцій в готельно-ресторанному господарстві

Тема 3. План рахунків бухгалтерського обліку: призначення та структура.

Тема 4. Порядок ведення бухгалтерського обліку первинної документації у закладах готельно-ресторанного господарства

Тема 5. Облік діяльності ресторанів і кафе як підрозділів готельного господарства

Тема 6. Облік виробництва і надання готельних послуг.

Тема 7. Облік доходів та фінансових результатів підприємств сфери обслуговування

Мета вивчення курсу

Набуття майбутніми фахівцями теоретичних знань, вмінь та практичних навичок з ведення бухгалтерського обліку та аудиту на підприємствах готельно ресторанного типу, ознайомлення з методами раціональної організації бухгалтерського обліку на підприємствах готельноресторанної сфери діяльності на підставі використання прогресивних форм і національних стандартів, отримання і використання облікової інформації в управлінні закладом готельноресторанного бізнесу.

Обсяг курсу

Загальна кількість годин - 120,

кредитів - 4 кредити ЕКТС,

розподіл годин:

лекції - 14,

практичні - 28,

самостійна робота - 78,

семестр – 5,

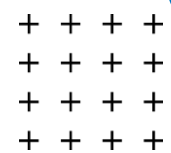
вид контролю - залік

ЦІНОУТВОРЕННЯ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ СПРАВІ

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ
241
«ГРС»

Вибіркова дисципліна
Кафедри туристичного,
готельного та
ресторанного бізнесу





СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Кількість годин
Загальний обсяг – 120 годин

Розподіл годин:
лекції - 14
практичні - 28
самостійна робота – 71
семестр – 3.

Кредитів
4 кредити ЕКТС

Вид контролю:
залік





МЕТА

ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

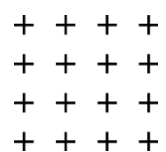
- Вивчення комплексу економічних, політичних, соціальних та психологічних факторів, економічного потенціалу підприємств готельно-ресторанного бізнесу з метою здійснення ефективної цінової політики.
- Вивчення механізму формування ціни в сучасних ринкових умовах, державне регулювання цін на товари та послуги сфери індустрії гостинності та методи ціноутворення в готельно-ресторанному бізнесі

++ ++
++ ++
++ ++
++ ++

++ ++
++ ++
++ ++
++ ++



СПЕЦІАЛЬНІСТЬ
241
«ГРС»

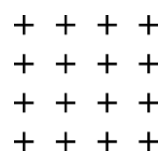


Змістовий модуль 1. Сутність ціноутворення.

**Тема 1. Введення в ціноутворення.
Ціноутворення в умовах ринкової
економіки.**

**Тема 3. Оцінка помилки і ризику в
ціноутворенні**

**Тема 2. Формування цінової
політики.**



ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ЦІНОУТВОРЕННЯ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ.

Тема 4. Собівартість туристичного продукту. Основні аспекти ціноутворення в туризмі та готельній індустрії.

Тема 5. Методологічні та методичні засади ціноутворення в галузях монопольного типу: вітчизняний та іноземний досвід.

Тема 6. Особливості регулювання цін та державне регулювання.

Навички які студент напроцює після вивчення дисципліни:

- Знати сутність, завдання та методологію ціноутворення в готельно-ресторанному бізнесі.
- Вміти визначити цінову політику підприємства готельно-ресторанного бізнесу, вибрати цінові стратегії та розрахувати ціни відповідно до їх елементного складу.
- Знати основні принципи і правила формування зовнішніх та внутрішніх цін.

Вивчення навчального матеріалу дисципліни ціноутворення готельно-ресторанного бізнесу сприятиме підвищенню рівня загальнооекономічної підготовки і формуванню практичних навичок з ціноутворення в умовах ринкових відносин.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

Аналіз та діагностика
туристичних підприємств



СТРУКТУРА

ДИСЦИПЛІНИ

Загальна кількість годин - 120,
кредитів - 4 кредити ЕКТС,
розподіл годин:
лекції - 14,
практичні - 28,
самостійна робота - 78,
семестр – 5,
вид контролю - залік

Зміст та складові навчальної дисципліни

Тема	Вид заняття	Кількість годин	Розподіл балів
Основні поняття, та сутність аналізу та діагностики діяльності туристичних підприємств	Лекція, Практичне	2 2	10
Предмет і методика аналізу та діагностики діяльності туристичних підприємств	Лекція, Практичне	2 2	10
Аналіз і діагностика виробництва та реалізації продукції і послуг туристичних підприємств	Лекція, Практичне	2 2	10
Аналіз і діагностика використання виробничих ресурсів туристичних підприємств	Лекція, Практичне	2 2	10
Аналіз і діагностика затрати результатів від виробництва і реалізації продукції і послуг туристичних підприємств.	Лекція, Практичне	2 4	10
Комплексна оцінка діяльності туристичних підприємств	Лекція, Практичне	4 4	20
Підсумковий контроль	Залік		30
Разом		30	100

Іноземна мова

Кафедра ІМПС викладачі

Горлачова В.В. Та Василенко Г.В.

Вибір цієї дисципліни обумовлений нагальними потребами сьогодення

В курсі цього предмету ми
пропонуємо об'єднати 2 блоки:

- професійно-орієнтована
англійська для фахівців
спеціальності ГРС
(можливість знайти гарну
роботу)
- англійська, що підготує вас
до життя в іншій країні.
Переглянемо законодавчі
акти англомовних країн для
не резидентів. Визначимо
етапи легалізації трудових
мігрантів, процедури
отримання тимчасового
прихистку та статусу біженця



Акценти дисципліни

- Слухати і розуміти англомовного іноземця (клієнта, колегу, держслужбовця)
- Мати змогу самотійно висловитися англійською без проблем
- Вміти писати офіційні листи, заповнювати анкети та форми
- Мати уявлення про реєстраційні процедури в англомовних країнах

Обрана спеціальність відкриває перед вами
багато шляхів, але **без оволодіння англійською**
цей шлях буде **нелегким**



Електронна комерція

Викладачі кафедри економіки та
митної справи ФМТЕ

Зміст дисципліни

- *В результаті вивчення дисципліни студенти повинні отримати теоретичні та практичні знання по електронній комерції. Студенти мають засвоїти теорію електронної комерції, типи електронних платежів, захист інформації при електронній комерції, теоретичні знання ведення бізнесу в сучасних інформаційних технологіях, ознайомитись із розвитком електронної комерції. Отримати практичні навички по бізнесу у системах телекомунікацій - глобального розподільного середовища фінансових транзакцій і інвестицій, фінансові ринків, бірж, віртуальних електронних торгових магазинів та майданчиків, ринку цінних паперів та валюти.*

Мета дисципліни

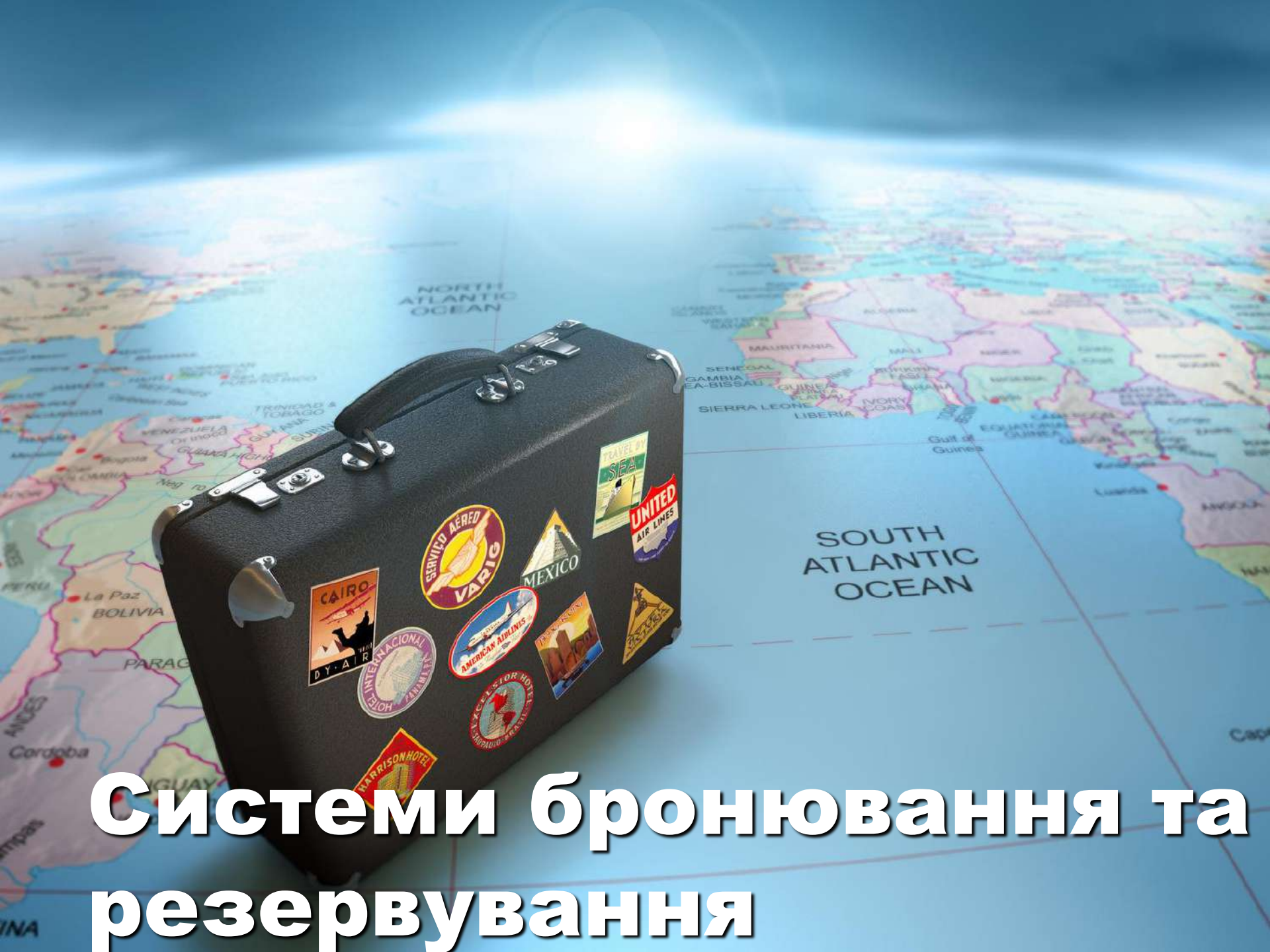
- *Допомогти студентам здобути теоретичні та практичні знання з виконання ділових операцій та угод електронним засобом (електронна комерція), з теорії і практики використання інформаційних технологій в бізнесі, та принципами роботи в мережах з аукціонами, Інтернет-магазинами, біржами, Інтернет-банкінгами, ринком цінних паперів, електронними платіжними системами, товарними біржами, біржами праці, фондовими біржами, Інтернет-брокерідж – послугами і т.і.*

Практичне застосування

- *Набуті знання та уміння є основою для освоєння та створення інформаційних систем в організаціях, що займаються електронною комерцією, або мають підрозділи електронної комерції: при виконанні функціональних обов'язків працівників підрозділів електронної комерції компанії, працівників відділу маркетингу та ін.; Вони є необхідною складовою знань та вмінь будь-якого кваліфікованого фахівця в епоху Інтернет-технологій.*

Відгуки

- Дисципліна є дуже актуальною в нинішніх реаліях ведення бізнесу в Інтернеті. Деякі студенти вважають, що дана дисципліна повинна бути не вибірковою, а обов'язковою для вивчення, враховуючи її актуальність. Більшість студентів стверджує, що предмет є не складним з точки зору опанування, корисним у подальшому житті, цікавим. Але лабораторні роботи будуть забирати багато часу – вони не складні, але об'ємні.



Системи бронювання та резервування



Зміст курсу

Загальна кількість годин - 120,

кредитів - 4 кредити ЕКТС,

розподіл годин:

лекції - 14,

практичні - 28,

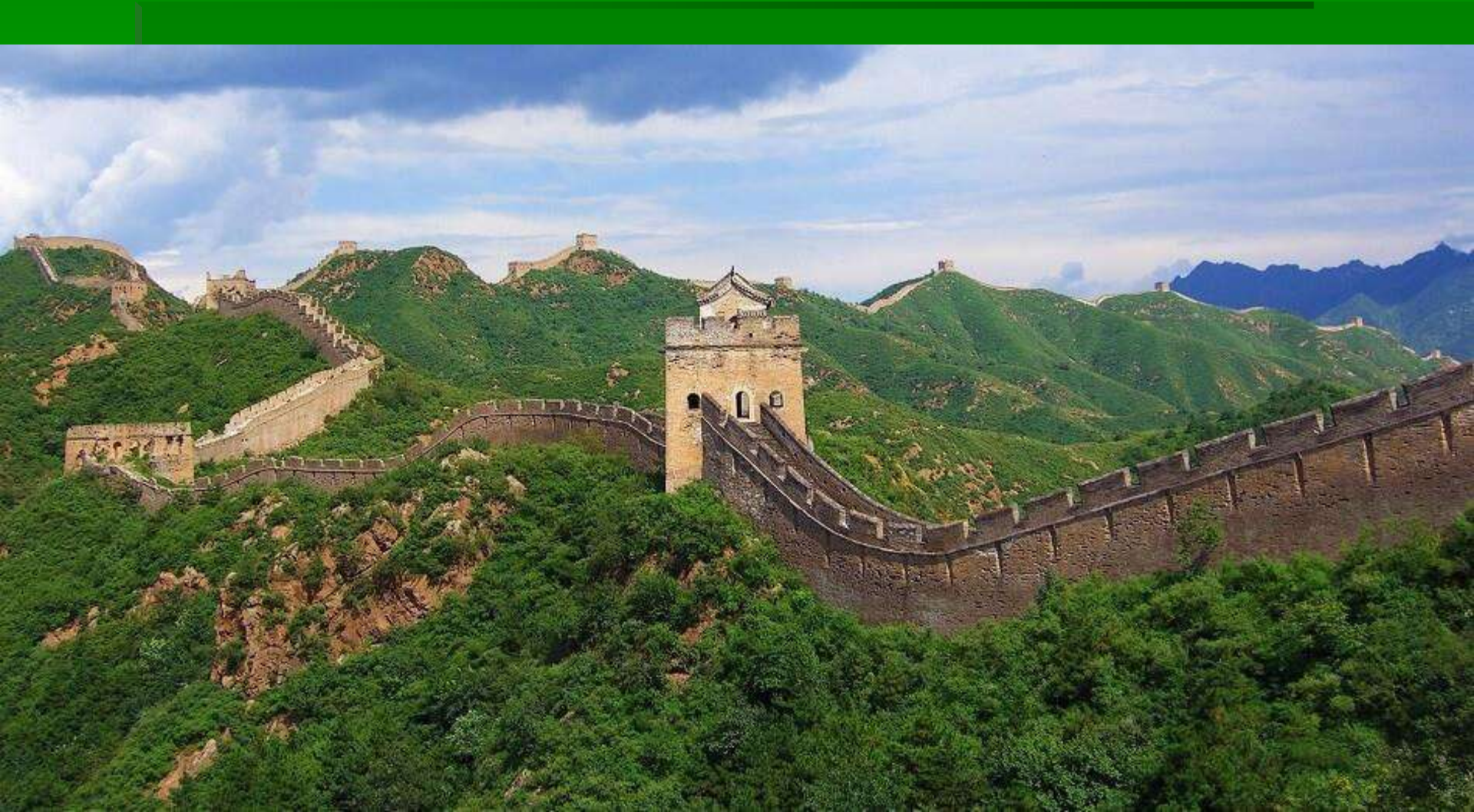
самостійна робота - 78,

семестр – 5,

вид контролю - залік



- Прогуляємося Великою китайською стіною (отут з власного досвіду скажу – це жесьть....)





Тема	Вид заняття	Кількість годин	Розподіл балів
Історія, сучасні тенденції, характеристики комп'ютерних систем бронювання і резервування.	Лекція, практичне	2 2	10
Автоматизовані системи бронювання і резервування.	Лекція, практичне	2 2	10
Системи автоматизації управління готельним бізнесом.	Лекція, практичне	2 2	10
Системи автоматизації управління ресторанним бізнесом і індустрією розваг	Лекція, практичне	2 2	10
Використання засобів комунікації, мережевих Інтернет та Інtranet-технологій.	Лекція, практичне	2 2	10
Технологія електронного бронювання турів.	Лекція, практичне	2 2	10
Система інтернет-бронювання готельних послуг.	Лекція, практичне	2 4	10
Підсумковий модульний контроль	Залік	2	30





6 семестр

1 дисципліна – на 3 кредити

2 дисципліни – на 4 кредити

Іноземна мова

Кафедра ІМПС викладачі

Горлачова В.В. Та Василенко Г.В.

Вибір цієї дисципліни обумовлений нагальними потребами сьогодення

В курсі цього предмету ми пропонуємо об'єднати 2 блоки:

- професійно-орієнтована англійська для фахівців спеціальності ГРС (можливість знайти гарну роботу)
- англійська, що підготує вас до життя в іншій країні. Переглянемо законодавчі акти англомовних країн для не резидентів. Визначимо етапи легалізації трудових мігрантів, процедури отримання тимчасового прихистку та статусу біженця



Акценти дисципліни

- Слухати і розуміти англомовного іноземця (клієнта, колегу, держслужбовця)
- Мати змогу самотійно висловитися англійською без проблем
- Вміти писати офіційні листи, заповнювати анкети та форми
- Мати уявлення про реєстраційні процедури в англомовних країнах

Обрана спеціальність відкриває перед вами
багато шляхів, але **без оволодіння англійською**
цей шлях буде **нелегким**



ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ

**Кількість годин - 90,
кредитів – 3,0 кредити ЕКТС,
розподіл годин:
лекції - 14,
практичні - 16,

вид контролю – залік,**

ЗМІСТ КУРСУ

- **Тема 1. Концепція формування поведінки споживача .**

Предмет і завдання курсу. Основні теорії і концепції та стратегії маркетингу та поведінки споживачів. Індивідуалізований маркетинг. Акцент на задоволення та збереження лояльності постійного покупця. Маркетинг відношень. Фактори зовнішнього впливу на поведінку споживача: демографічні, економічні, природні, науково-технічні, політичні, культурні.

- **Тема 2. Соціальна стратифікація.**

Особливості процесу соціальної стратифікації на Україні. Феномен середнього класу, його еволюція та основні тенденції розвитку. Порівняльна характеристика соціального положення, соціального статусу основних професійних груп. Методи маркетингових досліджень і визначення соціальних класів.

- **Тема 3. Прийняття рішень з купівлі: методичний аспект.**

Усвідомлення необхідності покупки. Взаємозв'язок усвідомлення потреби в процесі прийняття споживчого рішення про покупку з завданнями маркетингової діяльності. виявлення та вимір проблем споживачів, реакція маркетолога на усвідомлення споживачем своїх проблем, надання допомоги в активізації усвідомлення споживачем своєї потреби, придушення можливого усвідомлення споживачем інших проблем, що конкурують з основною потребою. Формування оцінки споживачем зробленої покупки. варіанти оцінки споживачем після споживання продукту. Варіанти реакцій споживачів, незадоволених покупкою. Роль очікувань споживача в процесі формування післяпокупної оцінки продукту.

- **Тема 4. Аналіз психологічних процесів під час прийняття рішення при покупці.**

Пізнавальна діяльність. Етапи обробки інформації: контакт, увагу, сприйняття, прийняття, запам'ятовування. Стимули: характеристики і види. Типи уваги. Пороги сприйняття. Гештальт-психологія. Інтерпретація інформації. Способи захисту від інформаційного перевантаження і її подолання.

- **Тема 5. Стиль життя. Теорії особистості споживача. Психографічний методи у вивченні споживача.**

Особистість і поведінка споживача. Цінності особистості. Шкала цінностей М. Рокича. Шкала цінностей Ш. Шварца. Концепція стилю життя і його вимір. психографія і сегментація ринку. Підхід VALS. Підхід LOV.

- **Тема 6. Навчання споживача: обумовлене навчання і пізнавальне навчання. Зміна ставлення та поведінки.**

Навмисне і випадкове навчання. Процес навчання. Типи навчання. Обумовлене навчання. Класичне обумовлення. Інструментальне обумовлення. Пізнавальний підхід в навчанні. Традиційне заучування і повторення. Заміщає навчання. Продакт плейсмент як приклад навчання. Формування ставлення. Модифікація пізнавальної та емоційної компоненти відносини.

- **Тема 7. Вплив зовнішнього середовища на поведінку споживачів.**

Вплив культури і соціального положення. Вплив сім'ї. Персональне вплив. Референтна група. Вплив ситуації.

Викладач

- Я – доцент кафедри, успішно пройшла навчання:
- в «Школі підприємців» 12 майстер-класів;
- за програмою «Майстерня комунікацій – ключ до успіху»;
- за програмою «Вплив та протистояння впливу»;
- за програмою «Конфліктний співрозмовник: перетворюємо ворога на союзника»...





Дизайн об'єктів в ГРС

Кількість годин - 120,
кредитів – 4,0 кредити ЕКТС,
розподіл годин:
лекції - 14,
практичні - 28,

вид контролю – залік,

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
Змістовний модуль 1.		
Становлення дизайну архітектурного середовища. Стили в архітектурі та інтер'єрі		
1	Тема 1. Естетика інтер'єру та дизайн. Основні терміни та визначення	2
2	Тема 2. Античний стиль в архітектурі та інтер'єрі	2
3	Тема 3. Архітектурно-художні стилі епохи середньовіччя	2
4	Тема 4. Ренесанс. Бароко. Рококо	2
5	Тема 5. Класицизм. Ампір	2
6	Тема 6. Еклектика, неокласицизм та модерн у формуванні архітектурного середовища. Початок епохи дизайну	2
7	Тема 7. Етнічні та сучасні стилі в дизайні інтер'єру закладів готельно-ресторанного бізнесу. Питання вибору концепції та стильового спрямування сучасного закладу готельно-ресторанного бізнесу	2
Змістовний модуль 2.		
Прийоми організації інтер'єрів приміщень закладів готельно-ресторанного бізнесу		
8	Тема 8. Властивості форми і поняття композиції в інтер'єрі	2
9	Тема 9. Колір в інтер'єрі закладів готельно-ресторанного бізнесу	2
10	Тема 10. Роль освітлення в дизайні інтер'єру закладів готельно-ресторанного бізнесу	2
11	Тема 11. Питання вибору матеріалів та дизайнерської обробки конструктивних елементів будівель закладів готельно-ресторанного бізнесу	2
12	Тема 12. Предметне середовище інтер'єру. Загальна характеристика меблів та текстильних матеріалів для закладів готельно-ресторанного бізнесу	2
13	Тема 13. Дизайн інтер'єру приймально-допоміжної групи приміщень готелів	2
14	Тема 14. Дизайн інтер'єру готельних номерів	2
15	Тема 15. Дизайн інтер'єру приміщень для споживачів закладів ресторанного господарства	2
Разом		30



ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Діловодство в готельно-ресторанній індустрії

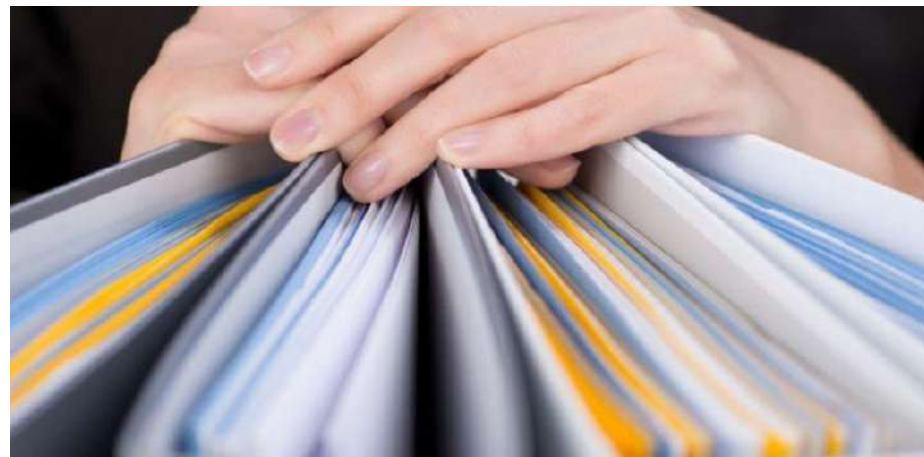
Кількість годин - 120,
кредитів – 4,0 кредити ЕКТС,
розподіл годин:
лекції - 14,
практичні - 28,

вид контролю – залік,



Завдання вивчення дисципліни: викласти теоретичні засади організації діловодства та основні терміни діловодства готельно-ресторанних закладів; сформулювати уявлення про нормативно-правову базу для керівників в готельно-ресторанному господарстві; формувати практичні навички роботи студентів зі спеціальною літературою, орієнтувати їх на інтенсивну роботу та критичне осмислення здобутих знань.

Тема	Вид заняття	Кількість годин	Розподіл балів
Документ та його роль у діяльності підприємства.	Лекція, Практичне	2 2	9
Складання тексту документа.	Лекція, Практичне	2 2	9
Кадрова документація готелів.	Лекція, Практичне	2 2	9
ДСТУ з класифікацією готелів та закладів ресторанного господарства.	Лекція, Практичне	2 4	18
Державна нормативна база для керівників в готельно-ресторанному господарстві.	Лекція, Практичне	2 4	18



Організація обслуговування **споживачів з обмеженими** **МОЖЛИВОСТЯМИ**



**Кількість годин - 120,
кредитів – 4,0 кредити ЕКТС,
розподіл годин:
лекції - 14,
практичні - 28,

вид контролю – залік,**

Зміст та складові навчальної дисципліни

Тема	Вид заняття	Кількість годин	Розподіл балів
Понятійно-термінологічний апарат дисципліни «Організація обслуговування споживачів з обмеженими можливостями»	Лекція, Практичне	2 2	10
Світова та європейська законодавчо-правова база організації обслуговування споживачів з обмеженими можливостями	Лекція, Практичне	2 2	10
Доступність об'єктів для осіб з обмеженими можливостями	Лекція, Практичне	2 2	10
Облаштування приміщення та прилеглої території для осіб з обмеженими можливостями	Лекція, Практичне	2 2	10
Доступна інфраструктура рекреаційних пунктів	Лекція, Практичне	2 2	10
Міжнародний досвід обслуговування осіб з обмеженими можливостями в індустрії гостинності	Лекція, Практичне	2 2	10
Прийом та надання послуг споживачам з обмеженими можливостями	Лекція, Практичне	2 2	10
Підсумковий модульний контроль	Залік	2	30



ДИСЦИПЛІНИ 6 СЕМЕСТРУ



ІНФОРМАЦІЙНО- КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ СПРАВІ

Загальна кількість годин - 120,

кредитів - 4 кредити ЕКТС,

розподіл годин:

лекції - 14,

практичні - 28,

самостійна робота - 78,

семестр – 6,

вид контролю - залік



Метою є формування спеціальних професійних знань у студентів з теоретичних основ комунікаційних технологій управління підприємств готельно-ресторанного бізнесу, особливостей функціонування готельних і ресторанних підприємств за допомогою засобів інформаційно-комунікаційних технологій та підвищення ефективності їх конкурентоспроможності.

Змістовий модуль 1. Загальні характеристики інформаційно-комунікаційних технологій

Змістовий модуль 2. Засоби використання інформаційно-комунікаційних технологій в готельному і ресторанному бізнесі

Тайм-менеджмент

Загальна кількість годин - 120,
кредитів - 4 кредити ЕКТС,
розподіл годин:
лекції - 14,
практичні - 28,
самостійна робота - 78,
семестр – 5,
вид контролю - залік





- Тема 1. Предмет і завдання курсу «Тайм-менеджмент».

Тема 2. Аналіз витрат часу в системі тайм-менеджменту.

Тема 3. Цілепокладання в системі тайм-менеджменту.

Тема 4. Планування робочого часу. Прийняття рішень про пріоритети в тайм-менеджменті..

Тема 5. Реалізація планів і організація діяльності.

Тема 6. Контроль в тайм-менеджменті.

Тема 7. Підвищення ефективності використання часу.

Маркетинг взаємовідносин

**Кількість годин - 120,
кредитів – 4,0 кредити ЕКТС,
розподіл годин:
лекції - 14,
практичні - 28,
вид контролю – залік,**



Зміст та складові навчальної дисципліни

Тема	Вид заняття	Кількість годин	Розподіл балів
Тема 1. Теоретичні основи концепції маркетингу взаємовідносин	Лекційне Самостійне	2 5	5
Тема 2. Внутрішній маркетинг підприємства	Практичне Самостійне	2 5	5
Тема 3. Сучасні інструменти маркетингу взаємовідносин	Лекційне Самостійне	2 5	5
Тема 4. Специфіка відносин «службовець-клієнт»	Практичне Самостійне	2 5	5
Тема 5. Специфіка відносин «підприємство-клієнт»	Практичне Самостійне	2 5	5
Тема 6. Переговорний процес	Лекційне Практичне Самостійне	2 2 5	5
<i>Рубіжний (модульний) контроль</i>	Консультація	-	30
Тема 7. Участь клієнта в процесі обслуговування	Лекційне Самостійне	2 5	5
Тема 8. Управління контактами в процесі обслуговування	Практичне Самостійне	2 5	5
Тема 9. Формування постійної клієнттури підприємства	Практичне Самостійне	2 5	5
Тема 10. Побудова архітектури взаємовідносин з клієнтами	Лекційне Практичне Самостійне	2 2 5	5
Тема 11. Цінова константа у взаємовідносинах підприємства з клієнтами	Лекційне Практичне Самостійне	2 2 5	5
Тема 12. Інформування споживачів про бізнес підприємства	Лекційне Самостійне	2 5	5
<i>Рубіжний (модульний) контроль</i>	Консультація	-	30
Поточний контроль	Змістовні модулі	90	60
Підсумковий контроль	Залік	-	40

