

Презентація вибірових дисциплін

для майбутнього 4 курсу

за спеціальністю 242 Туризм і рекреація

освітня програма – ТУРИЗМОЗНАВСТВО

Пояснення:

В 7 семестрі кожному здобувачу необхідно обрати 4 дисципліни на загальну суму - 15 кредитів

1 дисципліна – 3 кредити

1 дисципліна – 4 кредити

1 дисципліна – 4 кредити

1 дисципліна – 4 кредити

В 8 семестрі кожному здобувачу необхідно обрати 2 дисципліни на загальну суму - 6 кредитів

1 дисципліна – 3 кредити

1 дисципліна – 3 кредити

7 семестр

Кредити / Дисципліни

3 – Ділова іноземна мова

3 – Реклама в туризмі

3 – Інформаційно-комунікаційні технології в туризмі

4 – Звичаї та традиції народів світу

4 – Управління персоналом в галузі гостинності

4 – Електронний бізнес

4 – Організація підприємницької діяльності

4 – Правове регулювання тур. Діяльності

4 – Реклама і зв'язки з громадськістю

4 – Ринок туристичних послуг

4 – Мотивація персоналу

4 – Державне регулювання в галузі

A young woman with dark hair tied back, wearing a grey business suit over a white shirt, is smiling while holding a black corded telephone receiver to her ear. She is standing in an office environment. In the background, there is a blurred view of office furniture, including a desk with a laptop and a potted plant with green leaves in a white vase.

*Ділова іноземна мова
(англійська)*

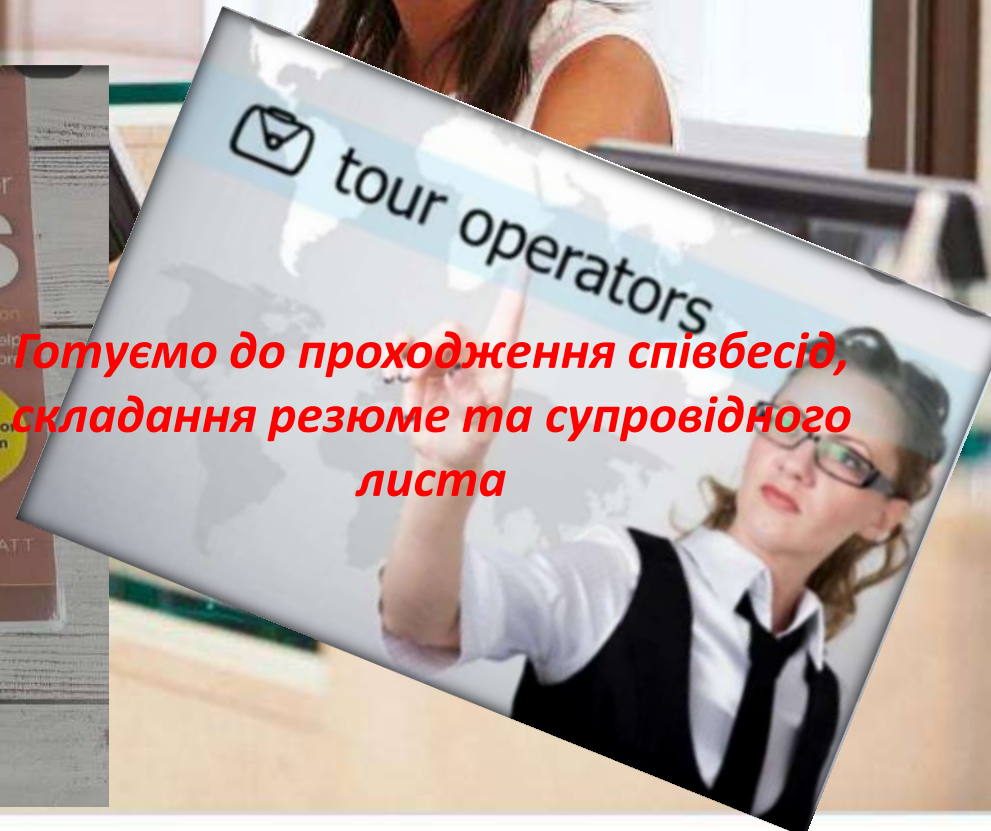
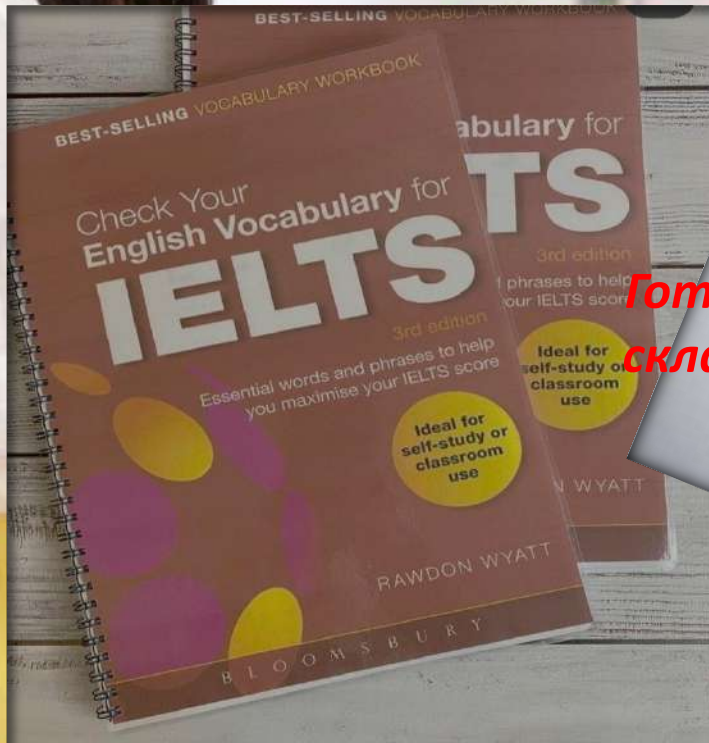
7 семестр (3 кредити)

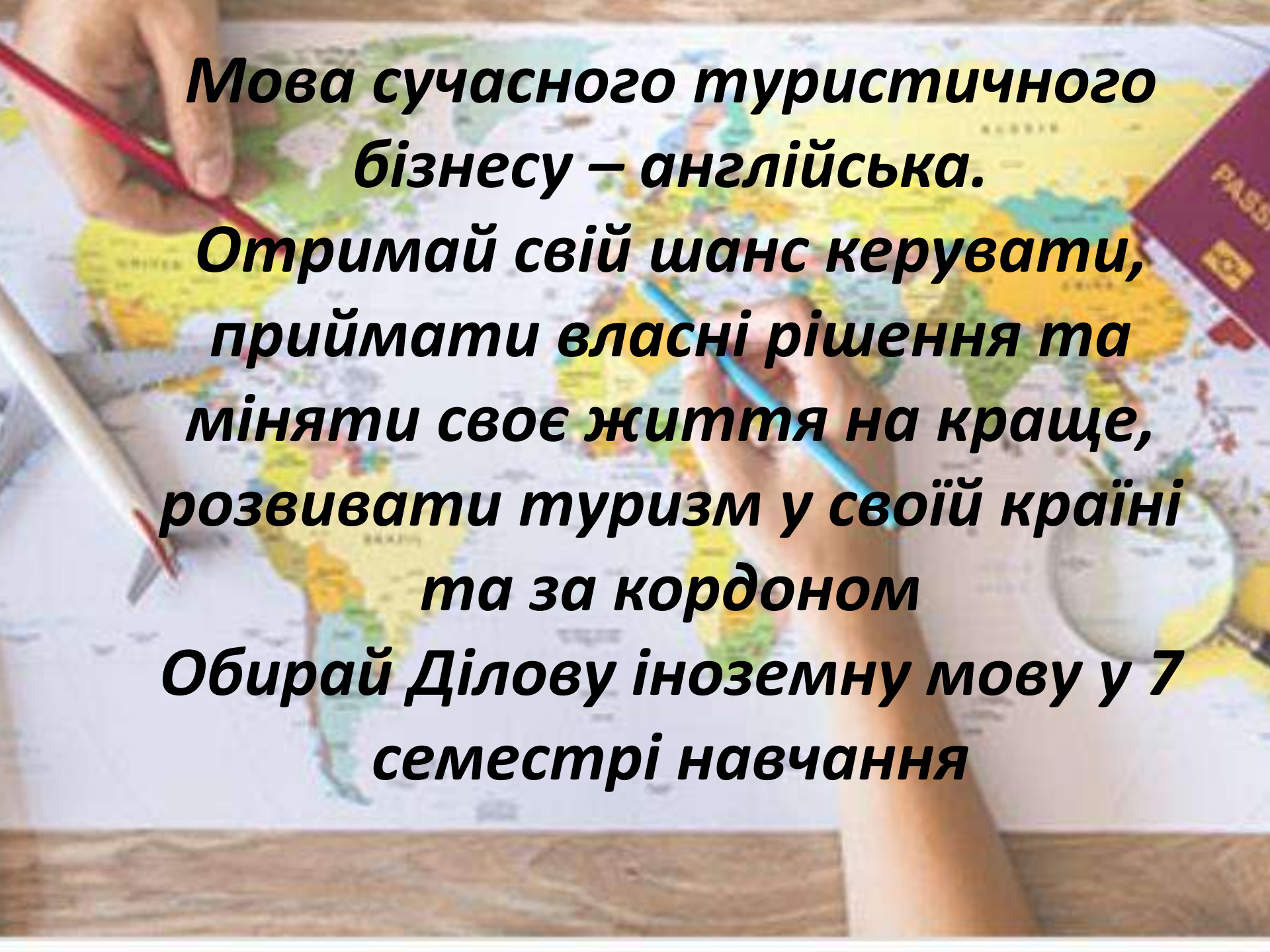
Business English for Tourism



**Висвітлюємо англomовні теми туруперейтінгу,
менеджменту готельно-ресторанної справи, роботи в
сфері логістичних та транспортних питань**

**Знайомимо з
форматами
міжнародних іспитів**





**Мова сучасного туристичного
бізнесу – англійська.**

**Отримай свій шанс керувати,
приймати власні рішення та
міняти своє життя на краще,
розвивати туризм у своїй країні
та за кордоном
Обирай Ділову іноземну мову у 7
семестрі навчання**

Дякую за увагу!



РЕКЛАМА

В ТУРИЗМІ

Реклама (лат. *reslatam* — «звукати раз-у-раз, знову викликати, повторно викликати»), забуте *vislava* — популяризація товарів, видів, послуг і т. ін. з метою привернути увагу покупців, споживачів, глядачів, замовників тощо, поширення інформації про когось, щось для створення популярності, а також візуальна та інша медіа-продукція — плакати, оголошення, відеокліпи, що використовуються як засіб привертання уваги потенційних споживачів.





Реклама в туризмі - активний засіб здійснення маркетингової політики туристичної фірми по просуванню туристичного продукту, посиленню зв'язку між виробником і споживачем туристичного продукту.

ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИЗМІ

**Загальна кількість годин - 90,
кредитів - 3 кредити ЕКТС,**

розподіл годин:

**лекції - 14, практичні - 14, самостійна робота - 62, семестр – 7,
вид контролю – залік**

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

Змістовий модуль 1. Загальні характеристики інформаційнокомунікаційних технологій

Змістовий модуль 2. Засоби використання інформаційно-комунікаційних технологій в туристичному бізнесі

ЗВИЧАЇ ТА ТРАДИЦІЇ НАРОДІВ СВІТУ

Програма вивчення
вибіркової навчальної дисципліни
складена відповідно до освітньо-професійної
програми підготовки бакалаврів
спеціальності 242 Туризм

Характеристики навчальної дисципліни

Предмет вивчення навчальної дисципліни

- світова культура;
- звичаї та традиції;
- етнокультурні цінності народів різних країн;
- їхнє місце в сфері туристичного обслуговування.

Мета вивчення навчальної дисципліни

Ознайомлення студентів

- з головними принципами формування етнокультурних цінностей та їхнім впливом на повсякденне життя нації;
- особливостями формування та розвитку традицій та звичаїв народів світу;
- формування уявлення про значення і використання знань про звичаї та традиції, культурні цінності в індустрії туристичного бізнесу.

Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1.

Формування
культурних традицій
народів Америки

Тема 1 . Культура та традиції народів Америки. Культурна еволюція, головні звичаї та традиції США.

Тема 2. Особливості культурної еволюції народів Латинської Америки. Карнавал як відображення культурних та релігійних традицій Південної Америки.

Змістовий модуль 2.

Формування
культурних традицій
народів Європи

Тема 3. Різноманітність та єдність культурних та етнопсихологічних рис народів Західної Європи.

Тема 4. Східна Європа та Україна: головні етнічні, психологічні та релігійні звичаї та традиції.

Змістовий модуль 3.

Формування
культурних традицій
народів Азії

Тема 5. Особливості культури та тенденції розвитку етнічних та релігійних традицій народів Японії та Китаю.

Тема 6. Релігійно-міфологічні фактори розвитку індійської культури. Звичаї та традиції народів Індії.

Тема 7. Характерні риси, звичаї та традиції народів ісламських країн.

Результати навчання

Презентувати власні проекти і розробки,
аргументувати свої пропозиції щодо розвитку бізнесу
на основі наступних здобутих компетентностей

Загальні компетентності

- Здатність до сприйняття культури та звичаїв інших країн і народів;
- Здатність до толерантного ставлення до національних, расових, конфесійних відмінностей;
- Здібність до міжкультурних комунікацій у туристичній сфері;
- Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісні взаємодії при вирішенні поставлених завдань

Спеціальні компетентності

- Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичних послуг для різних сегментів споживачів;
- Здатність здійснювати планування, управління і контроль діяльності суб'єктів туристичного бізнесу.
- здатність застосовувати теоретичні знання про звичаї і традиції народів світу в організації туристичної діяльності в різних туристських регіонах світу та в Україні

Управління персоналом у галузі ГОСТИННОСТІ

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



Зміст

- **Тема 1. Теоретико-методологічні аспекти управління персоналом.**

Зміст, об'єкт, предмет і суб'єкт управління персоналом. Управління персоналом у системі менеджменту. Комплексний і системний підходи до управління персоналом. Еволюція концепцій і теорій управління персоналом. Функції та завдання управління персоналом. Методичні засади до аналізу ефективності Управління персоналом у галузі гостинності. Зарубіжний досвід управління персоналом.

- **Тема 2. Загальне і лінійне керівництво.**

Типові організаційні схеми управління туристичними організаціями. Сутність управлінських рішень. Типи управлінських рішень. Раціональний підхід до процесу ухвалення управлінського рішення. Основні етапи ухвалення раціонального управлінського рішення. Поведінкові аспекти ухвалення рішення. Творче мислення та неформальні методи рішень. Процес розробки та методи колегіального ухвалення управлінських рішень. Евристичні методи розробки рішень. Моделі групових методів ухвалення рішень.

- **Тема 3. Планування персоналу**

Місія та цілі туристичного підприємства. Види планування. Оперативний план роботи з персоналом. Стратегічний план роботи з персоналом. Нормативний план роботи з персоналом. Формування концепції управління персоналом. Кадрова політика: поняття, цілі, напрями та етапи формування. Особливості планування персоналу туристичних підприємств.

- **Тема 4. Планування маркетингу персоналу.**

Маркетинг персоналу. Маркетингове дослідження зовнішнього та внутрішнього середовищ туристичного підприємства.

- **Тема 5. Підсистема управління добором та обліком персоналу.**

Персонал туристичного підприємства. Структура персоналу. Основні категорії персоналу організації. Оцінювання персоналу. Добір працівників на посади. Управління кар'єрою персоналу. Поняття трудового договору. Види трудового договору. Загальний порядок прийняття на роботу. Умови припинення трудового договору. Плинність кадрів.

- **Тема 6. Підсистема управління мотивацією персоналу.**

Методи управління персоналом. Організація нормування та тарифікації трудового процесу. Розробка систем оплати праці, форм участі персоналу в прибутках, формах морального заохочення персоналу. Конфлікти в системі управління персоналом.

- **Тема 7. Підсистема управління трудовими відносинами та розвитком колективу.**

Відносини керівника та підлеглого. Команда як організаційна форма колективного управління. Методи формування команд.

Електронний бізнес

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.

Організація підприємницької діяльності



Викладач к.е.н., ГРЕСЬ-
ЄВРЕІНОВА СВІТЛАНА
ВОЛОДИМИРІВНА

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



Зміст та складові навчальної дисципліни



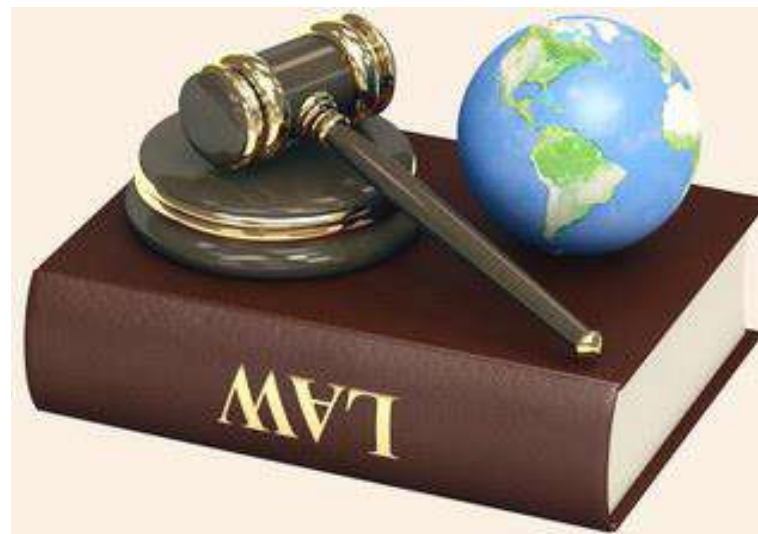
Тема			
Вид заняття	Кількість годин	Розподіл балів	
Зміст підприємницької діяльності та підприємницького середовища. Місце підприємництва в суспільстві	Лекція Практичне	2 2	10
Суб'єкти, об'єкти та державне регулювання підприємництва	Лекція Практичне	2 2	10
Галузі та види господарської діяльності. Готельно-ресторанна діяльність.	Лекція Практичне Самостійне	2 2 10	10
Моделі та способи підприємницької діяльності Модульний контроль МК1 (модульна контрольна робота)	Лекція Практичне	2 2	10
Планування підприємницької діяльності. Процеси створення та припинення підприємницької діяльності.	Лекція Практичне	2 2	10
Формування організаційної структури та управління підприємницькою діяльністю	Лекція Практичне	2 2	10
Фінансування та системи оподаткування підприємницької діяльності. Модульний контроль МК2 (модульна контрольна робота)	Лекція Практичне	2 4	10
Підсумковий модульний контроль	Залік	2	30

Правове регулювання туристичної діяльності

120 годин 4 кредити

*Викладач: кандидат юридичних наук, доцент
Трипольська Маргарита Ігорівна*

- *Метою навчальної дисципліни «Правове регулювання туристичної діяльності» є набуття студентами теоретичних знань щодо основних категорій та понять правового регулювання туристичної діяльності, оволодіння практичними навичками щодо застосування юридичних інструментів здійснення туристичної діяльності.*
- *Предметом вивчення дисципліни є сукупність правовідносин, що виникають у сфері туристичної діяльності.*



1 модуль

- ▶ 1. Законодавство України у сфері туризму. Закон України «Про туризм»
- ▶ 2. Суб'єкти відносин у сфері туризму
- ▶ 3. Договірні відносини в сфері туризму
- ▶ 4. Правове регулювання порядку виїзду з України і в'їзду в Україну з метою туризму
- ▶ 5. Правові засади державного регулювання підприємницької діяльності в галузі туризму



2 модуль

- ▶ 1. Ліцензування туристичної діяльності
- ▶ 2. Захист прав суб'єктів підприємницької діяльності
- ▶ 3. Юридична відповідальність за порушення у сфері туристичної діяльності
- ▶ 4. Правові засади здійснення державного нагляду (контролю) у сфері туристичної діяльності
- ▶ 5. Проблемні аспекти та шляхи вдосконалення нормативно-правової бази сфери туризму в Україні





РЕКЛАМА І ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

**Вибіркова дисципліна
кафедри туристичного, готельного та
ресторанного бізнесу**

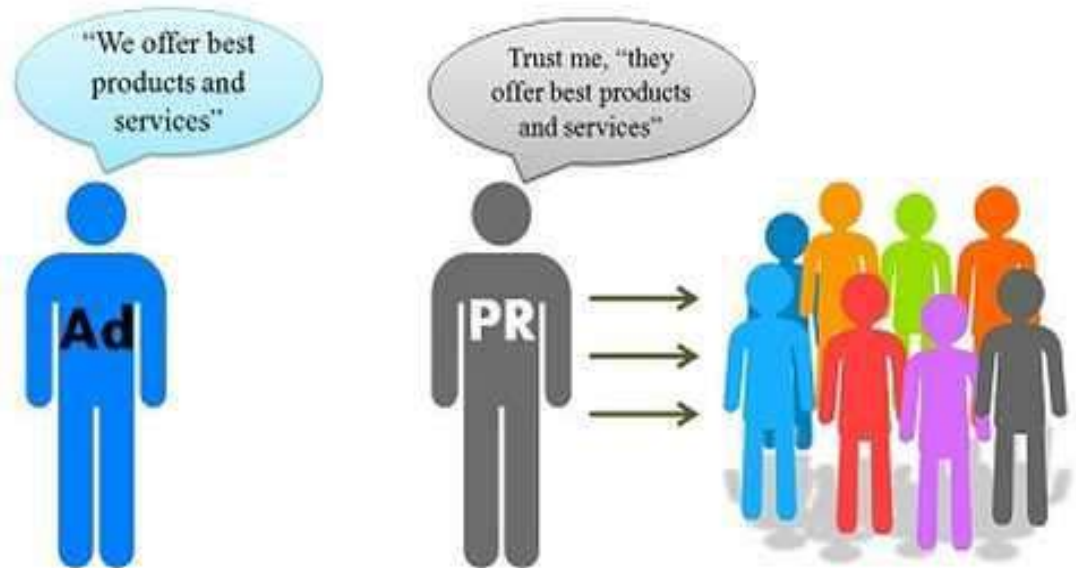
Спеціальність 242 «Туризм»



Реклама та зв'язки з громадськістю - це два важливих інструменти просування товарів та послуг, пропонованих компанією.

Реклама натякає на форму спілкування, яку фірма використовує для того, щоб спонукати потенційних клієнтів вибирати продукт, запропонований компанією, над іншими продуктами.

З іншої сторони, **зв'язки з громадськістю** - це створення та підтримка добрих відносин із зацікавленими сторонами компанії, набуття сприятливої публічності, хорошої репутації тощо.



- Студенти **вивчають** особливості творчого процесу рекламної та PR-діяльності, особливості різних типів реклами.
- **Опановують** методи стимулювання творчості, засвоюють техніку генерування креативних ідей.
- **Розвивають** вміння будувати промову й впливати на слухачів за допомогою вербальних та невербальних засобів, писати ефективні рекламні тексти та втілювати їх в естетичну форму.
- **Навчаються** гармонійної композиційної організації рекламного продукту, добору кольорів і шрифтів для того, щоб найоптимальніше втілити свій творчий задум.
- **Навчаються** монтувати відео й аудіо, працювати з інтерактивними презентаціями.

Змістовий модуль 1.

РЕКЛАМА У ЗМІ

- Поняття, сутність, завдання, види і засоби реклами. Законодавча база.
- Рекламодавець, рекламне агентство, рекламна кампанія. Етапи ефективності рекламних комунікацій.
- Рекламний маркетинг, медіапланування, ефекти комунікації і рекламні стратегії.
- Медіа як рекламоносії.
- Творча ідея, композиція, дизайн реклами. підготовка рекламного тексту. Маркетингові комунікації. Стимулювання збуту.

Змістовий модуль 2.

ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

- Поняття, сутність, завдання паблік рілейшнз і законодавча база.
- Різновиди і форми зв'язків з громадськістю. Правові аспекти зв'язків з громадськістю у взаєминах із засобами масової інформації.
- Традиційні форми інформаційної роботи паблік рілейшнз.
- Технічні засоби і канали реалізації потреб паблік рілейшнз.

Ринок туристичних послуг



БУТ ТЕТЯНА ВІКТОРІВНА

**Обсяг
дисципліни**

**Кількість годин - 120, кредитів – 4 кредити ЕКТС,
розподіл годин:
лекції - 20,
практичні - 20,
самостійна робота - 80,
вид контролю – поточний, рубіжний, підсумковий (залік)**

Спеціальні компетентності:

- Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- Здатність аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал територій.
- Здатність аналізувати діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління.
- Розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів.
- Розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного).
- Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту.
- Здатність забезпечувати безпеку туристів у звичайних та складних форс-мажорних обставинах.
- Здатність працювати з документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом туристичного бізнесу.

Програмні результати навчання:

- Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів.
- Встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей.
- Адекватно оцінювати свої знання і застосовувати їх в різних професійних ситуаціях.
- Виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання.

Мета та завдання вивчення навчальної дисципліни

Мета полягає у формуванні системи базових знань з основ сучасних тенденцій ринку туристичних послуг, ознайомлення студентів з основними поняттями ринку туристичних послуг, сегментації ринку туристичних послуг.

Завдання: теоретичні основи історії формування та сучасних тенденцій ринку туристичних послуг, розкрити методiku оцінки чинників та економічного потенціалу туристичного бізнесу в Україні; сформувати уявлення про сучасний стан ринку туристичних послуг. Викласти основні теорії ринку туристичних послуг з використанням показників аналізу структури і динаміки розвитку туристичного бізнесу в країні; формувати практичні навички роботи студентів зі спеціальною літературою, орієнтувати їх на інтенсивну роботу, критичне осмислення здобутих знань; набуті студентами практичних навичок та умінь щодо застосування сучасних методів, прийомів визначення впливу глобалізації на розвиток туризму на різних рівнях; висвітлити питання оцінювання ефективності та результативності продажу на ринку туристичних послуг; визначити економічний потенціал сучасного туристичного бізнесу в Україні з використанням показників аналізу структури і динаміки розвитку туристичного бізнесу в країні.

Тема

Тема 1. Сутність, структура та функції ринку туристичних послуг

Тема 2. Історія формування ринку туристичних послуг.
Чинники розвитку туристичного бізнесу в Україні.

Тема 3. Економічний потенціал сучасного туристичного бізнесу в Україні.

Тема 4. Маркетингові та інноваційні стратегії у менеджменті туристичних підприємств.

Тема 5. Зовнішньоекономічна діяльність туристичних підприємств як засіб реалізації зовнішньоекономічного курсу України

Тема 6. Стратегія виходу України на світовий ринок туристичних послуг.

Тема 7. Тур як основний ринковий продукт.
Рубіжний (модульний) контроль



Мотивація персоналу

Кафедра Економіки та
митної справи

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

Мета: формування у студентів системи теоретичних і прикладних знань у галузі посилення трудової активності персоналу та поліпшення якісних показників роботи засобами сучасних методів матеріальної, трудової і статусної мотивації.

Завдання: формування у студентів стійких сучасних знань з теорії мотивації персоналу, вмінь і навичок самостійно аналізувати стан мотивації персоналу та розробляти науково-практичні рекомендації щодо її посилення; розвивати самостійність та відповідальність в обґрунтуванні та прийнятті рішень з мотиваційного менеджменту.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен отримати

- **Загальні компетентності:**

- розуміти та самостійно формувати зміст, структуру і висновки наукових та аналітичних текстів з економіки;
- застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати;
- використовувати інформаційні та комунікаційні технології для вирішення соціально-економічних завдань;
- вміти працювати як самостійно, так і в команді;
- демонструвати гнучкість та адаптивність у нових ситуаціях, у роботі із новими об'єктами та у невизначених умовах;
- набуті навички самостійної роботи, виявляти ініціативу та підприємливість, бути критичним і самокритичним.

- **Фахові компетентності:**

- використовувати професійну аргументацію для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців і нефахівців у сфері економічної діяльності;
- вміти аналізувати процеси державного та ринкового регулювання соціально - економічних і трудових відносин;
- ідентифікувати джерела та розуміти методологію визначення і методи отримання соціально - економічних даних, збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та соціальні показники;
- виконувати дослідження за встановленим замовленням;
- демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та у професійному спілкуванні;
- володіти методами управління персоналом, аудиту персоналу, нормування, стимулювання та ефективної організації праці різних категорій працівників.

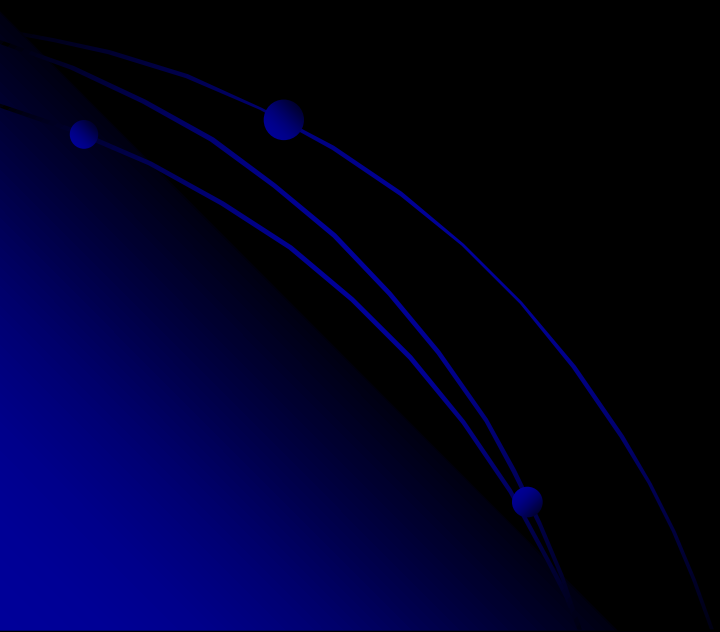
- **Очікувані програмні результати навчання:**

- знання та розуміння предметної галузі та розуміння професійної діяльності;
- навички міжособистісної взаємодії;
- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;
- здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;
- здатність визначати основні етапи управлінського проектування;
- здатність самостійно виявляти проблеми економічного характеру під час аналізу конкретних ситуацій, пропонувати способи їх вирішення.

- **Програма навчальної дисципліни складається з таких змістових модулів:**

1. Мотивація персоналу як специфічна сфера управління.
2. Управління мотивацією персоналу.

Державне регулювання в галузі



Мета дисципліни

- Формування системи теоретичних знань та прикладних вмінь і навичок щодо методологічного апарату державного управління туристичною діяльністю для вирішення конкретних економічних завдань, що виникають у сфері туристичної індустрії.

Головні теми:

- Сутність та принципи державного управління в Україні
- Механізм державного управління туристичною діяльністю
- Державні та регіональні програми розвитку туризму
- Правові основи створення та припинення діяльності туристичних підприємств
- Зарубіжний досвід правового забезпечення державного управління туристичною діяльністю

В результаті навчання ви зможете:

- Приймати оптимальні державноуправлінські рішення
- Розробляти ефективні державноуправлінські рішення
- Здійснювати обґрунтування прийняття державноуправлінських рішень та їх реалізацію

8 семестр

Кредити / Дисципліни

3 – Діловодство в туризмі

3 – Кадрове діловодство

3 – Інноваційний розвиток

3 – Зовнішньоекономічна діяльність

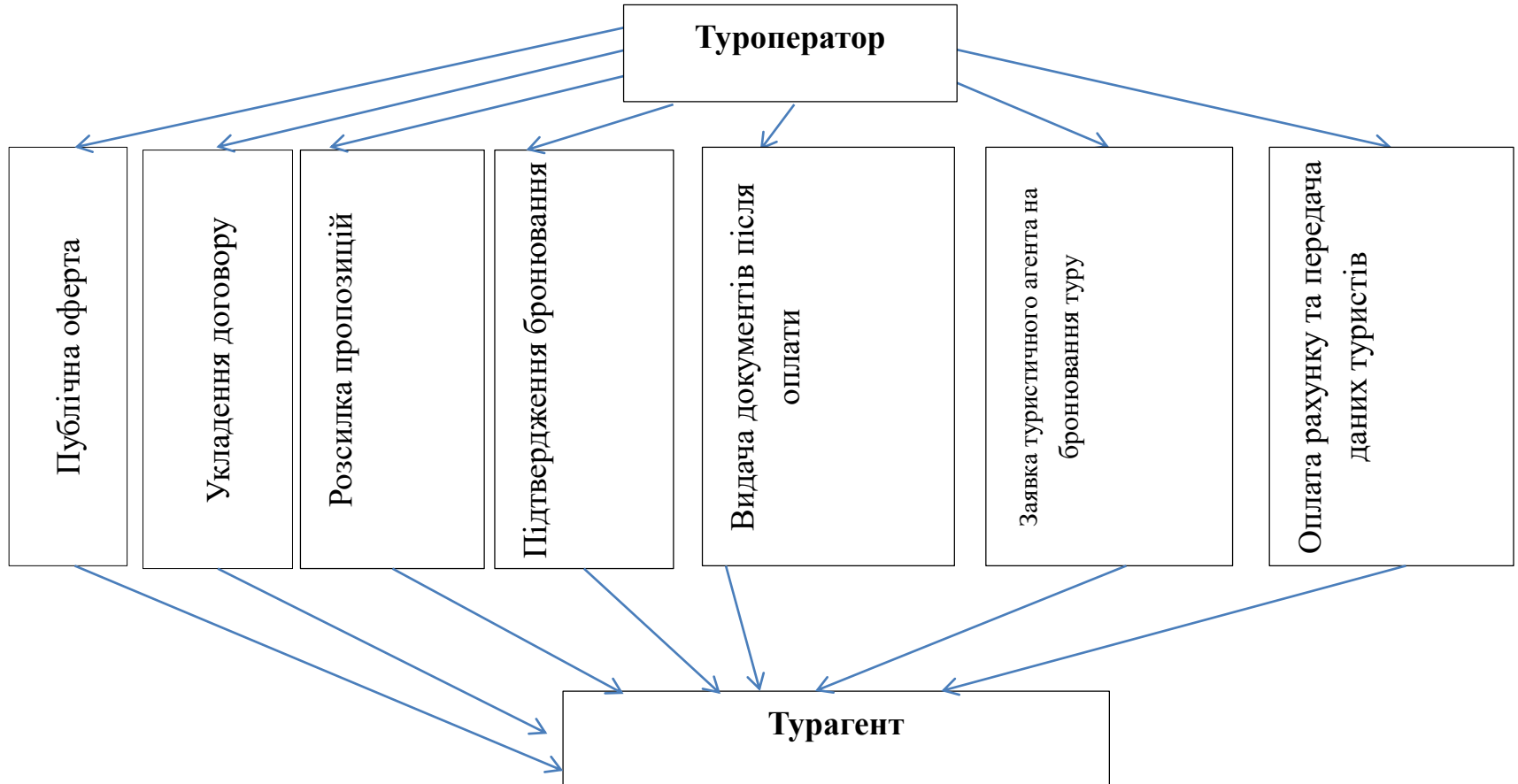
3 – Маркетинг взаємовідносин

3 – Поведінка споживачів

Навчальна дисципліна «Діловодство в туризмі», Белікова Марина Володимирівна



Взаємодія туроператора з турагентом



Діловодство в туризмі

Вивчаємо:

Документування;

Організація діяльності туристичного
агенства;

Документація туристичного
агенства;

Документопотік



ПИТАННЯ, НА ЯКІ ВИ БУДЕТЕ ЗНАТИ ВІДПОВІДІ:

- **Який відсоток складає агентська винагорода?**
- **Які групи документів використовують для документального оформлення обслуговування туристів?**
- **Що вважається офертою?**
- **Який документ є акцептом?**
- **«Ваучер», «агентський договір», «лист/заявка бронювання», «платіжне доручення», «біометричний паспорт», «акцепт», рекламації, «агентська винагорода», «договір на туристичне обслуговування», «турпакет», «проїзний документ», «віза», «страховий поліс», «супроводжувальний лист», «акт виконаних робіт».**



Кадрове діловодство

Кафедра Економіки та
митної справи

Загальна кількість годин - 90,
кредитів - 3 кредити ЕКТС,
розподіл годин:
лекції - 14,
практичні - 16,
самостійна робота - 60,
вид контролю - залік

- Метою викладання навчальної дисципліни “Кадрове діловодство” є ознайомлення з організаційно-функціональною структурою кадрових служб підприємств, організацій, установ; із сучасними вимогами до організації роботи з кадровими документами; оволодіння навичками складання та оформлення організаційно-розпорядчих та особових кадрових документів.
- Основними завданнями вивчення дисципліни “Кадрове діловодство” є:
 - - ознайомлення з нормативно-методичною базою, що регламентує кадрове діловодство на сучасному етапі;
 - - вивчення комплексу документів, що використовуються для оформлення управлінських дій, правил їх складання;
 - - ознайомлення з технологіями, що пов’язані з організацією документообігу, порядком підготовки і передачі справ на архівне зберігання;
 - - оволодіння навичками складання та оформлення кадрових документів відповідно до інструкцій та стандартів



**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА»**

Вибіркова дисципліна кафедри туристичного,
готельного та ресторанного бізнесу

Інноваційний розвиток

Спеціальність
242
«Туризм»

L/O/G/O





Кількість годин – 90
3 кредити ЕКТС

Мета вивчення навчальної дисципліни:

формування у студентів знань та вмінь
щодо забезпечення інноваційного
розвитку економічних систем,
оцінювання їхнього інноваційного
потенціалу, обґрунтування та реалізації
ефективних управлінських рішень з
розвитку економіки на інноваційних
засадах.



Зміст навчальної дисципліни

- ❖ Тема 1. Інновації і циклічність економічного розвитку
- ❖ Тема 2. Інноваційний розвиток підприємства: чинники формування та підходи до вимірювання його рівня
- ❖ Тема 3. Стратегії та бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємства
- ❖ Тема 4. Інвестиційне забезпечення інноваційного розвитку підприємства
- ❖ Тема 5. Інноваційний потенціал підприємства
- ❖ Тема 6. Ризики в Знати сутність поняття ризику та Тести, інноваційній діяльності та управління ними
- ❖ Тема 7. Сучасні організаційні форми інноваційного розвитку



Дисципліна «Інноваційний розвиток» дає можливість:

- ❖ вивчення сутності інновацій та інноваційної діяльності, сучасних концепцій та тенденцій інноваційного розвитку;
- ❖ вивчення принципів державного регулювання в інноваційній економіці, цілі та інструменти економічної політики, механізми її формування;



- ❖ дослідження процесу формування та використання інноваційного потенціалу галузей національної економіки;
- ❖ вивчення взаємозв'язку та взаємовпливу різних аспектів процесу глобалізації та інноваційного розвитку.



Дякую за увагу



Основи зовнішньоекономічної діяльності

Назва дисципліни	Основи зовнішньоекономічної діяльності Вибіркова
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Викладач	Цвілий Сергій Миколайович, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри ТГРБ
Контактна інформація викладача	(061)7698403 (роб.), (локальний) 403, ауд. 385-А (IV корп.) 0934334103 (моб./Viber), tsviliy@zntu.edu.ua
Обсяг дисципліни	Кількість годин - 90, кредитів – 3 кредити ЕКТС, розподіл годин: лекції - 14, практичні - 16, самостійна робота - 90, вид контролю – залік

Мета та завдання вивчення навчальної дисципліни

Мета полягає у формуванні у здобувачів вищої освіти знання для проведення ситуаційного, оперативного, тактичного аналізу міжнародного туристичного ринку на основі засвоєння теоретичних основ зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД), набуття системних знань і навичок забезпечення економічної ефективності ЗЕД підприємств туристичної індустрії в умовах післявоєнного відновлення бізнесу.

Завдання: викласти теоретичні основи і методичні особливості застосування механізму функціонування зовнішньоекономічної діяльності в Україні сьогодні; сформулювати базові знання нормативної бази регулювання зовнішньоекономічної діяльності туристичних підприємств; викласти методи оцінки тенденцій, суперечностей й доцільності бізнесу у визначенні напрямків зовнішньоекономічної діяльності для підприємств різних форм власності в туризмі вивчити специфіку запровадження різних форм виходу на зовнішні ринки; виокремити процедури щодо укладання зовнішньоекономічних контрактів; сформулювати практичні навички роботи здобувачів зі спеціальною літературою, орієнтувати здобувачів на інтенсивну роботу, критичне осмислення здобутих знань, ознайомити з основними методами і способами визначення ефективності укладених угод і зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств індустрії туризму.

ТЕМИ

№ з/п	Назва теми
1	Зовнішньоекономічна діяльність та її роль у розвитку національної економіки
2	Основні напрями і показники розвитку ЗЕД
3	Система регулювання ЗЕД в Україні
4	Митне регулювання.
5	Валютне регулювання.
6	Форми виходу підприємства на зовнішній ринок.
7	Зовнішньоторговельні операції та порядок їх укладання.
8	Структура та зміст міжнародних контрактів купівлі-продажу.
9	Міжнародні розрахунки і банківське обслуговування зовнішньоекономічної діяльності.
10	Організація та функціонування підприємств з іноземним капіталом.
11	Економічна ефективність зовнішньоекономічної діяльності.

Очікувані результати навчання з дисципліни

Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів при обранні будь-якої форми виходу вітчизняного туристичного підприємства на зовнішній ринок (ПРН 01).

Вміти ідентифікувати туристичну документацію та вміти правильно нею користуватися при здійсненні зовнішньоторговельних операцій, визначенні порядку їх укладання і змісту міжнародних контрактів купівлі-продажу (ПРН 08).

Встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей щодо отримання своєчасної, достовірної та точної інформації змін у функціонуванні система регулювання ЗЕД в Україні, норм, правил та чинної політики митного та валютного регулювання діяльності туристичних підприємств (ПРН 13).

Приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності у контексті міжнародних розрахунків і банківського обслуговування зовнішньоекономічної діяльності, а також визначення економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності (ПРН 21).

Сприяти становленню та розвитку інфраструктури внутрішнього ринку на засадах світових стандартів якості обслуговування за рахунок вивчення досвіду організації та функціонування підприємств з іноземним капіталом.

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



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»...

