

# **КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Кафедра психології і туризму**

## **СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Бізнес-планування в туризмі**

<b>спеціальність</b>	<b>242 Туризм і рекреація</b>
<b>рівень вищої освіти</b>	<b>бакалавр</b>
<b>освітня програма</b>	<b>Туристичне обслуговування</b>
<b>статус дисципліни</b>	<b>вибіркова</b>

**КИЇВ – 2023**

Розробник силабусу: доцент кафедри психології і туризму, к.і.н., доц.  
Зінченко В.А.

**Схвалено** на засіданні кафедри психології і туризму  
«08» червня 2023 року, протокол № 16



Завідувач кафедри

Олександр БОНДАРЕНКО

## Пояснювальна записка

Метою дисципліни є оволодіння комплексом знань і умінь для планування всіх етапів підприємницького циклу і складання бізнес-плану. Завданням курсу є формування наукового світогляду на місце бізнес-планів в підприємницькій діяльності та проблеми бізнес-планування, засвоєння основних термінів та понять бізнес-планування на рівні їх відтворення і тлумачення; здобуття навичок та елементарних умінь застосовувати їх у практичній діяльності для підвищення конкурентоспроможності фахівця в економічній сфері.

**Предметом** вивчення дисципліни «**Бізнес-планування в туризмі**» є практика підприємництва в сфері туризму. Бізнес-план є результатом дослідження і організаційної роботи підприємця, що ставить за мету вивчення конкретного напрямлення діяльності фірми на визначеному ринку в конкретних організаційно-економічних умовах. Реалізація мети вимагає декомпозиції програмних результатів навчання в дисциплінарні, та відбір змісту навчальної дисципліни за цим критерієм.

**Завданням** вивчення дисципліни «Бізнес-планування в туризмі» є викласти теоретичні засади курсу, набуття студентами знань про основи бізнес-планування в туризмі, а також формування таких загальних і фахових компетентностей :

### ***Загальні компетентності:***

ЗК06. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК07. Здатність працювати в міжнародному контексті.

ЗК08. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.

ЗК09. Вміння виявляти, ставити і вирішувати проблеми.

### ***Фахові компетентності:***

ФК17. Знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності.

ФК18. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ФК20. Здатність аналізувати діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління.

ФК23. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту.

ФК29. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації.

ФК32. Здатність працювати з документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом туристичного бізнесу.

**Програмні результати навчання**, які перевіряються в результаті вивчення дисципліни:

ПРН01. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів.

ПРН02. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії туризму, організації туристичного процесу та туристичної діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг, а також світоглядних та суміжних наук.

ПРН07. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт.

ПРН08. Ідентифікувати туристичну документацію та вміти правильно нею користуватися.

ПРН10. Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна).

ПРН17. Управляти своїм навчанням з метою самореалізації в професійній туристичній сфері.

ПРН18. Адекватно оцінювати свої знання і застосовувати їх в різних професійних ситуаціях.

ПРН19. Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань.

ПРН20. Виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання.

ПРН21. Приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності.

ПРН22. Професійно виконувати завдання в невизначених та екстремальних ситуаціях.

ПРН23. Зосереджуватися на результатах при виконанні завдань.

**Загальний обсяг** (відповідно до робочого навчального плану) - кредити ЄКТС; 60 год., у тому числі:

лекції – 14 год.

семінарські заняття – 10 год.

самостійна робота – 36 год.

### **Навчально-тематичний план дисципліни**

#### **«Бізнес-планування в туризмі»**

№ п/п	Кількість годин	
	Денна форма здобуття освіти	
	Разом	зокрема

	<b>Змістові модулі</b>		<b>лекції</b>	<b>семіна рські занятт я</b>	<b>самос тійна робот а</b>
1.	<b>Тема 1.</b> Предмет, зміст та завдання курсу "Бізнес-планування в туристичному бізнесі".	8	2	2	4
2.	<b>Тема 2.</b> Бізнес-план в системі планування діяльності туристичної організації.	8	2	2	4
3.	<b>Тема 3.</b> Визначення бізнес-плану, цілі та задачі бізнес-планування.	10	2	2	6
4.	<b>Тема 4.</b> Структура бізнес-планування, особливості розробки резюме.	0	2	2	6
5.	<b>Тема 5.</b> Технологія складання розділу «Характеристика підприємства»	8	2	-	6
6.	<b>Тема 6.</b> Організаційний план як складова частина бізнес-плану	6	2	-	4
7.	<b>Тема 7.</b> Зміст розділу «План виробництва». Особливості розробки розділу «Торговельний план»	10	2	2	6
	Разом годин за модулем 1	60	14	10	36
	<b>Усього годин</b>	60	14	10	36

**Перелік тем і зміст лекційних занять  
з дисципліни «Бізнес-планування в туризмі»**

**Тема 1. Предмет, зміст та завдання курсу "Бізнес-планування в туристичному бізнесі".**

**Мета вивчення:** опанування теоретико-методологічними навичками бізнес-планування.

**Провідна ідея:** вміння адаптувати здобуті теоретичні завдання в практичній роботі.

**Ключова проблема:** складність ситуаційного середовища, визначення ролі та місця спеціаліста в процесі бізнес-планування

**Основні питання:** ключове розуміння питань бізнес-планування

**Тема 2. Бізнес-план в системі планування діяльності туристичної організації.**

**Мета вивчення:** визначення ролі і місця бізнес-плану в системі діяльності туристичної фірми.

**Провідна ідея:** формування розуміння значення бізнес-плану в діяльності туристичного підприємства

**Ключова проблема:** поєднання філософського осмислення бізнес-плану і його економічної доречності.

**Основні питання:** поняття про рентабельність, як висновок бізнес-планування

**Тема 3. Визначення бізнес-плану, цілі та задачі бізнес-планування.**

**Мета вивчення:** визначення цілей та задач бізнес-планування.

**Провідна ідея:** досягнення розуміння цілей та задач бізнес-плану.

**Ключова проблема:** шляхи визначення цілей та задач бізнес-плану.

**Основні питання:** поняття дохідної та витратної частини бізнес-плану

**Тема 4. Структура бізнес-планування, особливості розробки резюме.**

**Мета вивчення:** опанування комплексним розумінням бізнес-плану.

**Провідна ідея:** досягнення розуміння структури бізнес-планування.

**Ключова проблема:** особливості бізнес-плану.

**Основні питання:** вивчення основних понять системи бізнес-плану.

**Тема 5. Технологія складання розділу «Характеристика підприємства».**

**Мета вивчення:** оволодіння знаннями методики складання розділу «Характеристика підприємства».

**Провідна ідея:** досягнення мети, щодо розуміння суті даного розділу.

**Ключова проблема:** вміння виділити основні складові характеристики.

**Основні питання:** формування знань, щодо технології складання «Характеристики підприємства».

## **Тема 6. Організаційний план, як складова частина бізнес-плану.**

**Мета вивчення:** формування теоретичних знань про організаційний план, як складову бізнес-плану.

**Провідна ідея:** вивчення методики і специфіки туристичного бізнес-плану.

**Ключова проблема:** розуміння питань дохідної і витратної частини бізнес-плану.

**Основні питання:** поняття рентабельності туристичного підприємства в умовах ринкових відносин.

## **Тема 7. Зміст розділу «План виробництва». Особливості розробки розділу «Торговельний план».**

**Мета вивчення:** формування теоретичних знань про розділи «План виробництва» і «Торговельний план».

**Провідна ідея:** опанування питаннями методик підготовки даних розділів.

**Ключова проблема:** вміння знаходити основні питання розділів.

**Основні питання:** роль та місце розділів в загальному бізнес-плані.

## Система оцінювання результатів навчання студентів

Система модульно-рейтингового контролю результатів навчання студентів має таку структуру:

№ з/п	Форма підсумкового контролю	Види навчальної діяльності студента	Максимальна кількість балів
1.	Передбачений підсумковий контроль – залік	1. Аудиторна та самостійна навчальна робота студента	50
		2. Модульна контрольна робота (МКР)	50

Поточне оцінювання всіх видів навчальної діяльності кожного студента (аудиторна, обов'язкова позааудиторна самостійна робота (*реферат, доповідь у формі мультимедійної презентації, творче завдання у формі есе*), здійснюється за десятибальною шкалою (від 0 до 10 балів). У кінці вивчення навчального матеріалу кожного організаційного модуля викладач виставляє **окремо** бали за: 1) аудиторну роботу, 2) виконання однієї обов'язкової позааудиторної самостійної роботи з обраної студентом теми – як середнє значення усіх поточних оцінок з кожного виду роботи студента з округленням до цілого числа. Ці оцінки помножуються на **2** ( $10 \times 2 = 20$ ). Таким чином, сума балів (**максимум 20+20=40**) за зазначені види роботи накопичується в рейтинговому “кошику” студента. У кінці вивчення навчального матеріалу модуля викладач виводить також середнє значення всіх поточних оцінок за виконання студентом додаткових завдань (*доповідь у формі мультимедійної презентації, творче завдання у формі есе*) (**максимум 10 балів**). Визначений середній бал за виконання додаткових завдань додається до попередньо зароблених студентом балів. Сума балів за названі види роботи (**максимум 20+20+10=50**) є рейтинговим балом студента за роботу протягом семестру.

Невиконання завдань самостійної роботи, невідвідування семінарських та практичних занять позначаються “0” балів

### Підсумковий контроль

#### Залік

Оцінка в національній шкалі (“зараховано”, “не зараховано”) та оцінка в шкалі ЄКТС виставляються на підставі семестрового рейтингового бала студента за дисципліну таким чином:

90 – 100 балів – А }  
}



<b>82 – 89 балів</b>	–	<b>B</b>	
<b>75 – 81 бал</b>	–	<b>C</b>	<b>зараховано</b>
<b>66 – 74 бали</b>	–	<b>D</b>	
<b>60 – 65 балів</b>	–	<b>E</b>	
<b>59 балів і нижче</b>	–	<b>FX.</b>	

Студенти, які мають семестровий рейтинговий бал з дисципліни **60 і вище**, отримують оцінку “**зараховано**” і відповідну оцінку в шкалі ЄКТС без складання заліку.

Студенти, які мають семестровий рейтинговий бал з дисципліни **59 і нижче**, складають залік і в разі успішного складання їм виставляється оцінка “**зараховано**” в національній шкалі, а в шкалі ЄКТС – **E** та бал **60**. Якщо студент під час заліку отримав оцінку “**не зараховано**”, то йому у відомість обліку успішності виставляється оцінка “**не зараховано**” в національній шкалі, оцінка **FX** – у шкалі ЄКТС та його семестровий рейтинговий бал за дисципліну.

#### **Умови допуску до семестрового заліку**

При розв’язанні питання про допуск студентів до іспиту з дисципліни «Бізнес планування в туризмі» враховується виконання ними вимог навчального плану і графіка навчального процесу. Студенти денної форми здобуття освіти мають відпрацювати всі пропущені аудиторні заняття з дисципліни «Бізнес планування в туризмі». Студент вважається допущеним до семестрового заліку, якщо він виконав усі види робіт, що передбачені робочою програмою дисципліни.

**Плани семінарських занять**  
**навчальної дисципліни «Бізнес-планування в туризмі»**  
**Семінарське заняття 1. Предмет, зміст та завдання курсу "Бізнес-планування в туристичному бізнесі" (2 години)**

*Питання для обговорення теми:*

1. Теоретико-методологічні основи бізнес-планування.
2. Проблеми адаптації знань та навичок в практичній роботі.

*Теми для самостійної роботи (студенти обирають 1 тему і 1 варіант її виконання - створення навчального кейсу, доповідь у формі мультимедійної презентації, творче завдання у формі есе):*

1. Бізнес-план – як основа діяльності в туризмі.
2. Поняття про предмет курсу «Бізнес-планування в туризмі».
3. Зміст навчального курсу «Бізнес-планування в туризмі».
4. Завдання курсу «Бізнес-планування в туризмі».

**Основна література:**

1. Вовчак І.С. Інформаційні системи та комп'ютерні технології в менеджменті. Навчальний посібник. Тернопіль: Карт бланш, 2001.
2. Гуляев В. Г. Нові інформаційні технології в туризмі, Київ: Знання України, 1999. 144 с.
3. Карпенко С.Г., Іванов Є.О. Основи інформаційних систем і технологій: навч. посіб. Київ: МАУП, 2002. 264 с

**Додаткова література:**

4. Ілляшенко С. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу : монографія. Суми: Університет. кн.,2008. 615 с.
5. Смирнов І.Г. Маркетинг у туризмі: Навчальний посібник. Київ: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2016. 251 с.

**Семінарське заняття 2. Бізнес-план в системі планування діяльності туристичної організації. (2 години)**

*Питання для обговорення теми*

1. Загальна система планування роботи туристичного підприємства

## 2. Значення бізнес-плану в діяльності туристичного підприємства.

*Теми для самостійної роботи (студенти обирають 1 тему і 1 варіант її виконання - створення навчального кейсу, доповідь у формі мультимедійної презентації, творче завдання у формі есе):*

1. Провідні фахівці туристичної галузі про бізнес-план.
2. Характеристика дохідної частини бізнес-плану.
3. Характеристика витратної частини бізнес-плану.
4. Планово-збитковий бізнес-план

### **Основна література:**

1. Вовчак І.С. Інформаційні системи та комп'ютерні технології в менеджменті. Навчальний посібник. Тернопіль: Карт бланш, 2001.
2. Гуляев В. Г. Нові інформаційні технології в туризмі, Київ: Знання України, 1999. 144 с.
3. Карпенко С.Г., Іванов Є.О. Основи інформаційних систем і технологій: навч. посіб. Київ: МАУП, 2002. 264 с

### **Додаткова література:**

4. Ілляшенко С. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу : монографія. Суми: Університет. кн.,2008. 615 с.
5. Смирнов І.Г. Маркетинг у туризмі: Навчальний посібник. Київ: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2016. 251 с.

## **Семінарське заняття 3. Визначення бізнес-плану, цілі та задачі бізнес-планування**

**(2 години)**

*Питання для обговорення теми:*

1. Цілі та задачі бізнес-плану
2. Бізнес-план, як розуміння рентабельності туристичного підприємства.

*Теми для самостійної роботи (студенти обирають 1 тему і 1 варіант її виконання - створення навчального кейсу, доповідь у формі мультимедійної презентації, творче завдання у формі есе):*

1. Цілі та задачі бізнес-плану туроператора.
2. Цілі та задачі бізнес-плану тур агента.
3. Бізнес-план і міжнародний туризм.
4. Бізнес-план і внутрішній туризм.
5. Бізнес-план і прийом іноземних туристів.
6. Бізнес-план і формування чартерних програм.

#### **Основна література:**

1. Вовчак І.С. Інформаційні системи та комп'ютерні технології в менеджменті. Навчальний посібник. Тернопіль: Карт бланш, 2001.
2. Гуляєв В. Г. Нові інформаційні технології в туризмі, Київ: Знання України, 1999. 144 с.
3. Карпенко С.Г., Іванов Є.О. Основи інформаційних систем і технологій: навч. посіб. Київ: МАУП, 2002. 264 с

#### **Додаткова література:**

4. Ілляшенко С. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу : монографія. Суми: Університет. кн.,2008. 615 с.
5. Смирнов І.Г. Маркетинг у туризмі: Навчальний посібник. Київ: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2016. 251 с.

#### **Семінарське заняття 4. Структура бізнес-планування, особливості розробки резюме. (2 години )**

*Питання для обговорення теми:*

1. Дохідна частина бізнес-плану
2. витратна частина бізнес-плану

*Теми для самостійної роботи (студенти обирають 1 тему і 1 варіант її виконання - створення навчального кейсу, доповідь у формі мультимедійної презентації, творче завдання у формі есе):*

1. Дохідна частина бізнес-плану в міжнародному туризмі.
2. Дохідна частина бізнес-плану у внутрішньому туризмі.
3. Дохідна частина бізнес-плану в організації прийому бізнес-туристів.
4. Витратна частина туризму бізнес-плану в міжнародному туризмі.
5. Витратна частина бізнес-плану у внутрішньому туризмі.

6. Витратна частина бізнес-плану в організації прийому бізнес-туристів.

### **Основна література:**

1. Вовчак І.С. Інформаційні системи та комп'ютерні технології в менеджменті. Навчальний посібник. Тернопіль: Карт бланш, 2001.
2. Гуляєв В. Г. Нові інформаційні технології в туризмі, Київ: Знання України, 1999. 144 с.
3. Карпенко С.Г., Іванов Є.О. Основи інформаційних систем і технологій: навч. посіб. Київ: МАУП, 2002. 264 с

### **Додаткова література:**

4. Ілляшенко С. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу : монографія. Суми: Університет. кн.,2008. 615 с.
5. Смирнов І.Г. Маркетинг у туризмі: Навчальний посібник. Київ: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2016. 251 с.

### **Семінарське заняття 5. Зміст розділу «План виробництва». Особливості розробки розділу «Торговельний план» (2 години)**

#### *Питання для обговорення теми*

1. Практична складова розділу «План-виробництва».
2. Практична складова розділу «Торговельний план»

*Теми для самостійної роботи (студенти обирають 1 тему і 1 варіант її виконання - створення навчального кейсу, доповідь у формі мультимедійної презентації, творче завдання у формі есе):*

1. Складання проекту «Плану виробництва» підприємства міжнародного туризму.
2. Складання проекту «Плану виробництва» підприємства внутрішнього туризму.
3. Складання проекту «Плану виробництва» підприємства по прийому іноземних туристів.
4. Складання проекту «Торговельного плану» підприємства міжнародного туризму.
5. Складання проекту «Торговельного плану» підприємства внутрішнього туризму.

6. Складання проекту «Торговельного плану» підприємства по прийому іноземних туристів.

### **Основна література:**

1. Вовчак І.С. Інформаційні системи та комп'ютерні технології в менеджменті. Навчальний посібник. Тернопіль: Карт бланш, 2001.
2. Гуляєв В. Г. Нові інформаційні технології в туризмі, Київ: Знання України, 1999. 144 с.
3. Карпенко С.Г., Іванов Є.О. Основи інформаційних систем і технологій: навч. посіб. Київ: МАУП, 2002. 264 с

### **Додаткова література:**

4. Ілляшенко С. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу : монографія. Суми: Університет. кн.,2008. 615 с.
5. Смирнов І.Г. Маркетинг у туризмі: Навчальний посібник. Київ: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2016. 251 с.

### **Критерії оцінювання роботи здобувача вищої освіти на семінарському занятті**

Максимальна кількість балів, яку здобувач вищої освіти може заробити за різні види роботи під час одного семінарського заняття становить 10 балів.

№ п/п	Види роботи студента на семінарському занятті	Кількість балів	Критерії оцінки
1.	Відповідь на семінарі з основних питань обговорення теми	9-10	Правильна, ґрунтовна, повна відповідь, творче висвітлення проблем
		7-8	Правильна, але недостатньо повна, розгорнута та ґрунтовна
		4-6	Відповідь з порушенням логіки, не аргументована

		2-3	Відповідь з суттєвими помилками
		1	Відповідь що не відповідає змісту питання
		0	Неготовність здобувача вищої освіти до семінару, або відсутність здобувача вищої освіти на семінарі без поважної причини
2.	Активна участь у роботі семінару (доповнення, участь у обговоренні ключових питань теми)	8-9-10	Максимально висока активність, що свідчить про всебічну обізнаність з матеріалом
		5-6-7	Висока активність, що свідчить про фрагментарну обізнаність з матеріалом
		3-4	Середня активність, що свідчить про необізнаність з матеріалом
		1-2	Низька активність, що свідчить про не володіння матеріалом
		0	Неготовність здобувача вищої освіти до семінару, або відсутність здобувача вищої освіти на семінарі без поважної причини

### **Вимоги до виконання позааудиторної самостійної роботи**

**Позааудиторна самостійна робота передбачає такі види :**

#### **а) Створення навчальних кейсів**

Найважливішими завданнями освіти в Україні є підготовка освіченої, творчої особистості, тому застосування кейс-методу як особливої технології навчання і виду самостійної роботи видається надзвичайно актуальними. Сутність кейс-методу полягає в тому, що засвоєння знань і формування вмінь є результатом активної самостійної діяльності студентів і, в силу цього, відбувається творче опанування професійними знаннями, навичками, вміннями і, що важливо, розвиває здібності мислити.

Кейс – це спеціально підготовлений навчальний матеріал, що містить структурований опис ситуацій, запозичених з реальної практики ситуацій (від англ. case – «випадок»). підготовлену за спеціальним форматом і

призначену для навчання студентів (курсантів) аналізу різних видів інформації, її узагальненню, пошуку можливих варіантів її вирішення.

***Застосування кейс-методу під час самостійної роботи сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти:***

- аналітичних навичок (вміння відрізнити дані від інформації, класифікувати, виділяти суттєву та несуттєву інформацію, аналізувати, представляти та добувати їх; мислити чітко й логічно),
- практичних навичок (формування на практиці навичок використання теорії, методів та принципів),
- творчих здібностей (генерація альтернативних рішень),
- комунікативних навичок (вміння вести дискусію, переконувати, використовувати наочний матеріал та інші медіа-засоби, кооперуватися в групі, захищати власну точку зору, переконувати опонентів, складати короткий та переконливий звіт),
- соціальних навичок (оцінка поведінки людей, вміння слухати, підтримувати в дискусії чи аргументувати протилежні думки, контролювати себе тощо).

***Вимоги до створення кейсу:***

- навчальна проблема має бути пов'язана з матеріалом, що вивчається;
- проблеми повинні представляти пізнавальну значущість;
- проблемні питання повинні спиратися на досвід і знання здобувача вищої освіти отримані під час навчання і практики;
- основним своїм змістом проблема повинна давати напрям пізнавальному пошуку, вказувати напрям до її рішення.

***Обговорення навчальної проблеми, яка міститься в кейсі:***

- Залучення учасників до обговорення реальної ситуації. Введення в ситуацію. Опис ситуації.
- Виконання індивідуального завдання. Пошук необхідного інформаційного матеріалу.
- Усвідомлення і формулювання проблеми на основі інтерпретації ситуації.
- Виявлення причин виникнення даної проблеми.
- Вироблення різних способів дії (варіантів вирішення проблеми) в даній ситуації – альтернатив.
- Вибір кращого рішення (альтернативи) з опорою на аналіз позитивних і негативних наслідків кожного, а також на аналіз необхідних ресурсів для їх здійснення.
- Складання програми діяльності з орієнтацією на первинні цілі первинні цілі і реальності їх реалізації (з визначенням конкретних кроків і наповненням їх змісту).



## **б) доповідь у формі мультимедійної презентації**

Мультимедійна презентація урізноманітнює навчальний процес, підвищує продуктивність навчальної роботи, дає можливість урахувати особливості конкретної аудиторії та кожного окремого слухача.

### ***Загальні вимоги до мультимедійної презентації:***

У презентації має бути не менше 10 слайдів. Перший слайд – це титульний, на якому слід представити: назву презентації, прізвище та ініціали доповідача. На наступних слайдах розміщується зміст презентації.

Під час представлення інформації в мультимедійній презентації кожен слайд має відображати одну думку. Текст має складатися з коротких слів та простих речень, слід використовувати короткі слова та речення. Рядок має містити 6-8 слів. Зводять до мінімуму кількість прийменників, прикметників, прислівників.

Заголовки слайдів мають привертати увагу аудиторії та узагальнювати основні положення слайду. Усі слайди презентації мають бути витримані в одному стилі. Краще обирати горизонтальне розміщення інформації. Не варто перевантажувати слайд інформацією (одночасно запам'ятовується не більше 3-х фактів, висновків, визначень). Найбільша ефективність досягається тоді, коли ключові пункти відтворюються по одному на кожному окремому слайді. Слайди мають містити узагальнюючу інформацію з обраної студентом тематики. Можна використати різні підходи – текст, малюнки, блоки зі стрілками, таблиці тощо. Якщо на слайді розміщено зображення, то надпис розміщується під ним. Рекомендовано виділяти головне у тексті іншим кольором (бажано в єдиному стилі). Оптимальний розмір шрифту – 16. Розмір для заголовків та титулів – 22 або 24.

Список літератури формується у наступному порядку: 1. спочатку вказуються прізвища (в алфавітному порядку) та ініціали або назва збірки чи підручника. 2. вказується назва джерела (без лапок). 3. вказується місце видання. 4. через двокрапку вказується видавництво (без лапок). 5. після коми ставиться рік видання.

**Наприклад :** Битяк Ю. П. Державна служба в Україні: організаційно-правові засади: монографія. Харків: Право, 2005. 304 с.

## **в) творче завдання у формі есе.**

Есе – самостійна творча робота з обраної студентами тематики. Мета есе полягає в розвитку навичок самостійного творчого мислення й письмового послідовного викладу власних думок. Есе дозволяє авторові навчитися чітко й грамотно формулювати думки, структурувати інформацію, використовувати основні категорії аналізу, виділяти причинно-наслідкові зв'язки, аргументувати висновки; володіти науковим стилем мовлення.

### ***Загальні вимоги до есе:***

Есе має містити чіткий виклад суті поставленої проблеми, включати самостійно проведений аналіз цієї проблеми, а також висновки, що

узагальнюють авторську позицію з поставленої проблеми. **Обсяг есе – 2-3 сторінки формату А 4** друкованого або рукописного тексту.

**Рекомендована структура есе:**

**Титульний аркуш**

**Вступ: місія студента щодо розгляду теми есе, обґрунтування вибору цієї теми.**

Під час визначення мети та завдань роботи важливо правильно сформулювати питання, на які ви збираєтеся знайти відповідь у ході свого дослідження. При роботі над вступом можуть допомогти відповіді на такі питання: «Чи потрібно давати визначення термінам, що використані в темі есе?», «Чому тема, яку я розкриваю, є актуальною на сьогоднішній день?», «Які поняття будуть залучені в мої міркування?» тощо.

**Основна частина: теоретичні основи обраної проблеми й виклад основного питання.**

Ця частина припускає розвиток аргументації й аналізу, а також обґрунтування їх, виходячи з наявних даних, інших аргументів і позицій щодо питання. У цьому полягає основний зміст есе й це являє собою головні труднощі. Тому важливе значення мають підзаголовки, на основі яких здійснюється структурування аргументації; саме тут необхідно обґрунтувати (логічно, використовуючи міркування) пропоновану тезу.

**Висновок: узагальнення й аргументовані висновки до теми.**

Підсумовує есе або ще раз вносить пояснення, підкріплює зміст і значення викладеного в основній частині. Висновок може містити такий дуже важливий, що доповнює есе, елемент як рекомендація на застосування дослідження, на розвиток взаємозв'язків з іншими проблемами.

### **Критерії оцінювання позааудиторної самостійної роботи**

дотримані всі вимоги до написання позааудиторної самостійної роботи: позначені проблема й обґрунтована її актуальність, зроблений аналіз різних точок зору на проблему й логічно викладена власна позиція, сформульовані висновки, тема розкрита повністю, витриманий обсяг, дотримані вимоги до зовнішнього оформлення, дані правильні відповіді на додаткові питання.	8-9-10 балів
дотримані основні вимоги до написання позааудиторної самостійної роботи, тема розкрита достатньо повно, витриманий обсяг, дотримані вимоги до зовнішнього оформлення. Водночас допущені деякі недоліки: не обґрунтовано актуальність теми, сформульовані висновки не чіткі, наявні певні неточності у викладенні матеріалу.	6-7 балів
значне недотримання вимог до написання позааудиторної самостійної роботи. Зокрема: тема розкрита лише частково, допущені фактичні помилки в змісті позааудиторної самостійної роботи, відсутній висновок, не витриманий обсяг самостійної	3-4-5 балів

роботи; є недоліки в оформленні.	
тема позааудиторної самостійної роботи не розкрита, виявляється істотне нерозуміння проблеми, не витриманий обсяг самостійної роботи; самостійна робота оформлена не правильно.	1-2 балів
Невиконання здобувачем вищої освіти позааудиторної самостійної роботи	0 балів

### *Модульна контрольна робота*

Модульна контрольна робота є складником семестрового рейтингу. Наприкінці семестру всі здобувачі вищої освіти виконують модульні контрольні роботи з усіх дисциплін.

До кожного варіанта модульної контрольної роботи входить по три питання, що відповідають репродуктивному (рівень А), алгоритмічному (рівень В) й творчому (рівень С) рівням складності.

### *Зразок модульної контрольної роботи*

#### **Варіант № 6**

1. Функції та цілі розроблення бізнес-плану (Рівень А).  
*Максимальна кількість балів – 10.*
2. Фінансові потреби на реалізацію плану маркетингу (Рівень В).  
*Максимальна кількість балів – 15.*
3. Проаналізуйте напрями стратегії позитивного розвитку підприємства (Рівень С).  
*Максимальна кількість балів – 25.*

#### **Критерії оцінювання модульної контрольної роботи:**

**Питання репродуктивного рівня (рівень А).** Максимальна кількість балів – **20**.

**16-20 балів** – виставляються за бездоганну відповідь.

**11-15 балів** – виставляються за повну відповідь, але в ній допущені деякі неточності, що не мають істотного значення.

**6-10 балів** – виставляються за неповну відповідь, в якій багато неточностей.

**1-5 балів** – виставляються за схематичну відповідь, в якій багато фактологічних помилок.

**0 балів** – виставляються за відсутності відповіді, або за відповідь, що не відповідає змісту завдання.

**Питання алгоритмічного рівня (рівень В).** Максимальна кількість балів – **30**.

**25-30 балів** – виставляються за умови досконалого орієнтування у змісті понять, що висвітлюються, безпомилкового знання фактологічного матеріалу.

**18-24 бали** – виставляються за умови в цілому правильного висвітлення питання.

**12-17 балів** – виставляються за умови загального орієнтування в змісті проблеми.

**6-11 балів** – виставляються за умови неповного, поверхового розкриття змісту проблеми.

**1-5 балів** – виставляються за умови загального орієнтування в змісті проблеми з суттєвими помилками її розкриття.

**0 балів** – виставляються за відсутності відповіді, або за відповідь, що не відповідає змісту завдання.

**Питання творчого рівня (рівень С).** Максимальна кількість балів – **50**.

**45-50 балів** – виставляються за вичерпну, змістовну, логічну та послідовну за викладом відповідь, що містить самостійні судження та демонструє здатність творчого розв'язання поставлених завдань.

**39-44 балів** – виставляються за вичерпну, змістовну, логічну та послідовну за викладом відповідь.

**33-38 балів** – виставляються за умови, що відповідь правильна, змістовна, послідовна, але містить незначні недоліки у викладі теоретичного підґрунтя.

**24-32 бали** – виставляються за умови, що відповідь правильна, але містить незначні недоліки, рівень самостійності в судженнях недостатній.

**16-23 бали** – виставляються за умови, що відповідь неповна, схематична; рівень самостійності в судженнях недостатній.

**8-15 балів** – виставляються за умови, якщо у відповіді є неточності та помилки у розкритті проблеми; рівень самостійності в судженнях недостатній.

**1-7 балів** – виставляються за умови, відсутності вичерпної відповіді на питання; наявності значної кількості неточностей і фактологічних помилок, що свідчить про поверховість знань студента.

**0 балів** – виставляються за відсутності відповіді, або за відповідь, що не відповідає змісту завдань.

Модульна контрольна робота виконується протягом двох академічних годин (1 година 20 хвилин)). Максимальний рейтинг здобувача вищої освіти за виконання модульної контрольної роботи становить 50 балів.

### **Орієнтовні питання до модульної контрольної роботи**

1. Сутнісна характеристика бізнес-планування.
2. Функції та цілі розроблення бізнес-плану.
3. Загальна методологія розроблення бізнес-плану.
4. Логіка процесу стратегічного планування на підготовчій стадії.
5. Оцінка сприятливих зовнішніх можливостей та загроз реалізації бізнеспроекту.
6. Виявлення сильних і слабких сторін підприємства (бізнес-проекту).
7. Теоретичні засади оцінки рівня конкурентоспроможності продукції підприємства.
8. Структура бізнес-плану.
9. Чинники впливу на зміст і структуру бізнес-плану.
10. Послідовність розроблення бізнес-плану.
11. Вимоги до оформлення бізнес-плану як документа.
12. Загальна характеристика підприємства та його продукції (послуг).
13. Дослідження ринку.
14. Методи прогнозування обсягів продажу.
15. Теоретичні засади та методика побудови графіків життєвого циклу підприємства і життєвого циклу продукції (послуги).
16. Методика та показники оцінки рівня конкуренції на ринку.
17. Методика прогнозування обсягів реалізації продукції (надання послуг).
18. Завдання розділу «Маркетинг-план».
19. Фінансові потреби на реалізацію плану маркетингу.
20. Цілі та завдання виробничого плану.

21. Структура виробничого плану.
22. Формування матеріально-технічної бази.
23. Основні цілі й завдання організаційного плану.
24. Структура організаційного плану.
25. Структура та цілі розроблення розділу «Оцінка ризиків».
26. Планування презентації бізнес-плану.
27. Цілі та завдання презентації бізнес-плану.
28. Інформація, яку найдоцільніше перенести у Додатки
29. Мета зовнішнього аналізу в межах підготовчої стадії розроблення бізнесплану
30. Економічні підприємницькі ризики
31. Перспективний план, який лежить в основі розробки поточних, річних і оперативних планів
32. Місія підприємства викладена у бізнес-плані
33. Напрямок, за яким не доцільно формувати стратегічні цілі підприємства (реалізації підприємницького проекту)
34. Напрями стратегії позитивного розвитку підприємства:
35. Логіка процесу стратегічного планування на підготовчій стадії
36. Цілі бізнес-планування:
37. Зміст планування

### *Підсумковий контроль*

#### **Залік**

Оцінка в національній шкалі (“зараховано”, “не зараховано”) та оцінка в шкалі ЄКТС виставляються на підставі семестрового рейтингового бала студента за дисципліну таким чином:

<b>90 – 100 балів</b>	–	<b>A</b>	}
<b>82 – 89 балів</b>	–	<b>B</b>	

<b>75 – 81 бал</b>	–	<b>C</b>	<b>зараховано</b>
<b>66 – 74 бали</b>	–	<b>D</b>	
<b>60 – 65 балів</b>	–	<b>E</b>	
<b>59 балів і нижче</b>	–	<b>FX</b>	

Студенти, які мають семестровий рейтинговий бал з дисципліни **60 і вище**, отримують оцінку **“зараховано”** і відповідну оцінку в шкалі ЄКТС без складання заліку.

Студенти, які мають семестровий рейтинговий бал з дисципліни **59 і нижче**, складають залік і в разі успішного складання їм виставляється оцінка **“зараховано”** в національній шкалі, а в шкалі ЄКТС – **E** та бал **60**. Якщо студент під час заліку отримав оцінку **“не зараховано”**, то йому у відомість обліку успішності виставляється оцінка **“не зараховано”** в національній шкалі, оцінка **FX** – у шкалі ЄКТС та його семестровий рейтинговий бал за дисципліну.

### **Питання до заліку з дисципліни «Бізнес-планування в туризмі»**

1. Сутнісна характеристика бізнес-планування.
2. Функції та цілі розроблення бізнес-плану.
3. Загальна методологія розроблення бізнес-плану.
4. Логіка процесу стратегічного планування на підготовчій стадії.
5. Оцінка сприятливих зовнішніх можливостей та загроз реалізації бізнеспроекту.
6. Виявлення сильних і слабких сторін підприємства (бізнес-проекту).
7. Теоретичні засади оцінки рівня конкурентоспроможності продукції підприємства.
8. Структура бізнес-плану.
9. Чинники впливу на зміст і структуру бізнес-плану.
10. Послідовність розроблення бізнес-плану.
11. Вимоги до оформлення бізнес-плану як документа.
12. Загальна характеристика підприємства та його продукції (послуг).
13. Дослідження ринку.
14. Методи прогнозування обсягів продажу.

15. Теоретичні засади та методика побудови графіків життєвого циклу підприємства і життєвого циклу продукції (послуги).
16. Методика та показники оцінки рівня конкуренції на ринку.
17. Методика прогнозування обсягів реалізації продукції (надання послуг).
18. Завдання розділу «Маркетинг-план».
19. Фінансові потреби на реалізацію плану маркетингу.
20. Цілі та завдання виробничого плану.
21. Структура виробничого плану.
22. Формування матеріально-технічної бази.
23. Основні цілі й завдання організаційного плану.
24. Структура організаційного плану.
25. Структура та цілі розроблення розділу «Оцінка ризиків».
26. Планування презентації бізнес-плану.
27. Цілі та завдання презентації бізнес-плану.
28. Інформація, яку найдоцільніше перенести у Додатки
29. Мета зовнішнього аналізу в межах підготовчої стадії розроблення бізнесплану
30. Економічні підприємницькі ризики
31. Перспективний план, який лежить в основі розробки поточних, річних і оперативних планів
32. Місія підприємства викладена у бізнес-плані
33. Напрямок, за яким не доцільно формувати стратегічні цілі підприємства (реалізації підприємницького проекту)
34. Напрями стратегії позитивного розвитку підприємства:
35. Логіка процесу стратегічного планування на підготовчій стадії
36. Цілі бізнес-планування:



37. Зміст планування
38. Етапи внутрішньої логіки розроблення розділу «Виробничий план»
39. Сильні сторони підприємства
40. Цілі презентації бізнес-плану
41. Складові розділу «Галузь, підприємництво та його продукція»
42. Різниця між поняттям «місії» і «цілі» бізнес-плану
43. Завдання стадії підготовки розроблення бізнес-плану
44. Розділ бізнес-плану «Маркетинг-план»
45. Послідовність етапів життєвого циклу продукції (послуги) підприємства
46. Види планування
47. Визначення поняття «Стадія підготовки розроблення бізнес-плану»
48. Термін, за яким здійснюється довгострокове планування
49. Типи бізнес-стратегій забезпечення конкурентної переваги підприємства на ринку запропоновані М. Портером
50. Інформація, яку необов'язково розміщувати на титульному аркуші бізнес-плану, призначеному для залучення зовнішнього фінансування
51. Спрямування стратегії диференціації:
52. Типи цілей, що враховуються в плануванні
53. Чотири основних види бізнес-стратегії диференціації
54. Вимоги до оформлення бізнес-плану
55. Повний перелік вимог і правил оформлення, яким повинен відповідати бізнес-план
56. Оптимальна структура обов'язкових розділів бізнес-плану, їх послідовність.
57. Внутрішня логіка розроблення розділу бізнес-плану «Організаційний план»

58. Основні пункти внутрішньої логіки розроблення розділу бізнес-плану «Виробничий план»
59. Один із найвагоміших і найдорожчих ресурсів підприємства
60. Ризики, які супроводжують реалізацію підприємницького проекту підприємства
61. Політичні підприємницькі ризики
62. Характеристика зовнішньої функції бізнес-плану підприємства
63. Види стратегій зростання
64. Диверсифікаційне зростання

#### **Рекомендовані джерела:**

##### **Базова література:**

1. Вовчак І.С. Інформаційні системи та комп'ютерні технології в менеджменті. Навчальний посібник. Тернопіль: Карт бланш, 2001.
2. Гуляєв В. Г. Нові інформаційні технології в туризмі, Київ: Знання України, 1999. 144 с.
3. Карпенко С.Г., Іванов Є.О. Основи інформаційних систем і технологій: навч. посіб. Київ: МАУП, 2002. 264 с
4. Литвин І. Інформаційні процеси в управлінні. Тернопіль: Економічна думка, 1998. 107 с.

##### **Додаткова література:**

1. Ілляшенко С. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу : монографія. Суми: Університет. кн., 2008. 615 с.
2. Смирнов І.Г. Маркетинг у туризмі: Навчальний посібник. Київ: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2016. 251 с.
3. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії : навчальний посібник. Київ : Атіка, 2006. 264 с.

## Інформаційні ресурси:

1. <http://www.world-tourism.org> – інформаційний розділ Всесвітньої Туристичної Організації, який також містить інформацію національних туристичних адміністрацій країн, що входять до ВТО, статистичні дані.
2. <http://www.world-v-tourist.com> – віртуальний турист. Можна знайти туристичні довідники практично всіх країн світу, що містять карти, відомості з історії, культури країни, її природних умов, слайди із зображенням основних пам'яток, аудіо файли.
3. <http://www.travel-web.com> – система бронювання готелів і авіарейсів у мережі Інтернет, містить детальну інформацію про всі провідні готельні ланцюги й авіакомпанії, має систему пошуку за клієнтським запитом і підсистему «low prices» для пошуку сегментів з мінімальними тарифами.
4. <http://www.travel.net> – інформаційний розділ стосовно туризму в Інтернет, містить відомості про всі країни світу, в тому числі адреси посольств, готелів, ресторанів тощо. Існують підрозділи: авіакомпанії, агентства, країни, тури. Зручна система перехресних посилань допомагає в пошуках інформації.
5. <http://www.travel.net> – розділ авіакомпаній на сервері travel.net, що містить інформацію про більш як двадцять п'ять авіакомпаній - розклади авіарейсів, типи літаків, карти напрямків, описи аеропортів, системи пільг тощо.