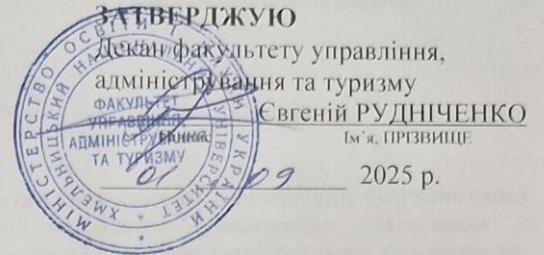


ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

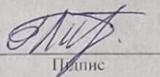


РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ Менеджмент і маркетинг туризму

Назва дисципліни

<i>Призначення Робочої програми</i>	Для освітніх програм різних спеціальностей
<i>Рівень вищої освіти</i>	Другий (магістерський)
<i>Мова навчання</i>	Українська
<i>Обсяг дисципліни, кредитів ЄКТС</i>	4
<i>Статус дисципліни</i>	Вибіркова
<i>Факультет</i>	Управління, адміністрування та туризму
<i>Кафедра</i>	Туризму та готельно-ресторанної справи

Форма здобуття освіти	Обсяг дисципліни		Кількість годин						Форма емерстрового контролю
			Аудиторні заняття						
	Кредити ЄКТС	Години	Разом	Лекції	Лабораторні роботи	Практичні заняття	Семинарські заняття	Самостійна робота (в т.ч. ІРС)	Залік
Д	4	120	34	16	-	18	-	86	+
З	4	120		4	-	8	-	108	+

Робоча програма складена  к.е.н., доцент Лілія ГРИЗОВСЬКА
Підпис Ступінь, вчене звання Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Схвалена на засіданні кафедри туризму та готельно-ресторанної справи

Протокол від 01.09.2025 № 1.

Зав. кафедри кафедри туризму та готельно-ресторанної справи  Ігор ЖУРБА
Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ ТУРИЗМУ

Тип (статус) дисципліни	Вибіркова
Освітній рівень	Другий (магістерський)
Мова викладання	Українська
Семестр	-
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	4,0
Форми здобуття освіти, для яких викладається дисципліна	Очна (денна)/заочна

Результати навчання. Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, має: *будувати* схему управлінського процесу; *формувати* структуру управління туристичною організацією з урахуванням її типу, масштабів діяльності, а також специфіки поведінки на ринку; *формулювати* місію, *визначити* цілі у розрізі ієрархії управління та функціональних сфер діяльності туристичної організації; *використовувати* маркетингові інструменти для дослідження ринку туристичних продуктів; *приймати* своєчасні та ефективні рішення у кожному бізнес-контексті туристичної фірми; *вміти* побудувати ефективну систему маркетингових комунікацій; *створити* умови для ефективної і плідної співпраці трудового колективу.

Зміст навчальної дисципліни: Туристична організація як об'єкт управління. Принципи і методи управління. Маркетингове середовище туристичної організації. Туристичний продукт і бізнес-системи в туризмі: основи проектування і організації діяльності. Прийняття рішень в менеджменті туризму. Планування діяльності в туристичній організації. Організаційні процеси в індустрії туризму. Мотивація ефективної роботи працівників. Організаційна культура. Маркетингові комунікації в системі менеджменту туризму.

Запланована навчальна діяльність*: Мінімальний обсяг навчальних занять в одному кредиті ЄКТС навчальної дисципліни для другого (магістерського) рівнів вищої освіти за денною формою здобуття освіти становить 8 годин; для заочної форми – 2–3 години на 1 кредит ЄКТС.

Форми (методи) навчання: лекції (з використанням наочних методів (слайдів), пояснення, бесіди); практичні заняття (з використанням ситуаційних вправ, дискусій), самостійна робота (індивідуальне завдання).

Форми оцінювання результатів навчання: усне опитування, презентація результатів виконання індивідуального завдання; письмове опитування (тестування), практична робота.

Вид семестрового контролю: залік.

Навчальні ресурси:

1. Економіка, менеджмент, маркетинг туризму та гостинності : навч. посібник [Електронний ресурс] / П. Г. Перерва [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2020. – 893 с. – URI: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/47906>.
2. Менеджмент туризму : підручник / І. М. Школа, О. П. Корольчук. - Чернівці : Книги – XXI, 2022 Description: 464 с ISBN: 978-617-614-003-03.
3. Стадник В. В. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посіб. / В. В. Стадник, Л. О. Гризовська. – Хмельницький : ХНУ, 2020. – 355 с.
4. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khmnu.edu.ua/course/view.php?id=6866>

Викладач: кандидат економічних наук, доц. Лілія Гризовська.

2 ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Дисципліна «Менеджмент і маркетинг туризму» розкриває сутність, принципи, основні поняття та закономірності менеджменту туристичної діяльності. Вивчається система наукових підходів та методів менеджменту, які дають змогу приймати обґрунтовані рішення з основних напрямів та рівнів туристичної сфери: міжнародного, національного, регіонального регулювання. Розглядається вплив зовнішнього та внутрішнього середовища на обирання стратегії менеджменту туристичної діяльності.

Мета дисципліни. Оволодіння новітніми теоретичними знаннями з питань управління туристичними організаціями та набуття практичних вмінь і навичок для побудови системи маркетинг-менеджменту таких організацій, які б забезпечили їх ефективне функціонування у конкурентному та мінливому середовищі господарювання.

Предмет дисципліни. Процеси управління діяльністю туристичних організацій з використанням маркетингових технологій для формування туристичних продуктів і стимулювання їх збуту.

Завдання дисципліни формувати систему знань і умінь, сприяти вивченню сутності менеджменту туризму та місце маркетингу у розвитку туристичного бізнесу; з'ясувати особливості формування туристичного продукту та чинники, що впливають на його вибір споживачами; проаналізувати методи обґрунтування рішень у сфері формування і реалізації туристичних продуктів; вивчити функції, принципи й методи менеджменту та особливості їх реалізації в туристичних організаціях; з'ясувати сутність і завдання маркетингових комунікацій у сфері туризму та науково-методичні основи оцінювання ефективності діяльності туристичних організацій.

Результати навчання. Здобувач, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: *будувати* схему управлінського процесу; *формувати* структуру управління туристичною організацією з урахуванням її типу, масштабів діяльності, а також специфіки поведінки на ринку; *формулювати* місію, *визначити* цілі у розрізі ієрархії управління та функціональних сфер діяльності туристичної організації; *використовувати* маркетингові інструменти для дослідження ринку туристичних продуктів; *приймати* своєчасні та ефективні рішення у кожному бізнес-контексті туристичної фірми; *вміти* побудувати ефективну систему маркетингових комунікацій; *створити* умови для ефективної і плідної співпраці трудового колективу.

3 Структура залікових кредитів дисципліни

№	Назва розділу (теми)	Кількість годин, відведених на:					
		Денна форма			Заочна форма		
		Лекції	Практ. заняття	СРС	Лекції	Практ. заняття	СРС
1	Тема 1. Туристична організація як об'єкт управління. Принципи і методи управління	2	2	11	2	1	13
2	Тема 2. Маркетингове середовище туристичної організації	2	2	10		1	14
3	Тема 3. Туристичний продукт і бізнес-системи в туризмі:основи проектування і організації діяльності	2	2	11		1	14
4	Тема 4. Прийняття рішень в менеджменті туризму	2	2	10		1	13
5	Тема 5. Планування діяльності в туристичній організації	2	2	11	2	1	14
6	Тема 6. Організаційні процеси в індустрії туризму	2	2	11		1	13

7	Тема 7. Мотивація ефективної роботи працівників. Організаційна культура	2	2	11		1	14
8	Тема 8. Маркетингові комунікації в системі менеджменту туризму	2	4	11		1	13
Разом за семестр		16	18	86	4	8	108

4 Програма навчальної дисципліни

4.1 Зміст лекційного курсу

Перелік лекцій для студентів денної форми здобуття освіти

Номер лекції	Теми лекцій, їх анотації	Кількість годин
1	<p>Туристична організація як об'єкт управління. Принципи і методи управління Зміст і цілі менеджменту й маркетингу туризму. Основні завдання менеджменту туристичних підприємств як суб'єктів ринкової економіки. Сфери менеджменту: виробництво, фінанси, кадри, нововведення, маркетинг. Місце маркетингу у сукупності функцій управління. Зв'язки і взаємодія загальних і спеціальних функцій менеджменту. Види організацій в туристичній індустрії. Загальні характеристики організації. Внутрішні складові туристичної організації: цілі, структура, технології обслуговування, персонал. Ключові задачі менеджменту у області формування організації. Система методів управління, їх сутність та особливості. Література [2, с. 12-32; 4, с. 3-23; 40-54; 5, с. 10-23; 6, с. 7-38].</p>	2
2	<p>Маркетингове середовище туристичної організації Поняття маркетингового середовища організації. Зовнішнє середовище туристичної індустрії і його характеристики: мінливість, складність, невизначеність, взаємозалежність. Середовище прямої та непрямой дії. Характеристика суб'єктів мікросередовища (середовища прямої дії). Основні партнери туристичного підприємства, які утворюють його бізнес-систему. Макросередовище і його вплив на діяльність туристичного підприємства. Міжнародне середовище туристичного бізнесу. Маркетингові технології у дослідженні поведінки споживачів і конкурентів. Література [3, с. 12-45; 4, с.24-39; 5, с. 24-33; 6, с. 77-89].</p>	2
3	<p>Туристичний продукт і бізнес-системи в туризмі:основи проєктування і організації діяльності Інфраструктура туристичної індустрії як матеріальна основа формування туристичних продуктів і послуг. Туристичний продукт: складові і структура. Туристичний продукт і туристична послуга – відмінності і взаємозв'язок. Основи проєктування туристичного продукту. Етапи розробки туристичних маршрутів. Технологічна карта підготовки, реалізації та проведення туру. Організаційно-структурна модель бізнес-системи туристичного підприємств. Література [3, с. 12-45; 4, с.24-39; 5, с. 24-33; 6, с. 51-67].</p>	2
4	<p>Прийняття рішень в менеджменті туризму Зміст і особливості прийняття рішень в менеджменті. Типи управлінських (організаційних) рішень та вимоги до їх прийняття. Підходи до прийняття рішень. Фактори, що впливають на процес прийняття управлінських рішень. Методи активізації творчого пошуку у процесі прийняття управлінських рішень. Література [1, с. 55-62; 5, с. 136-148; 12, с. 146; 6, с.103-116].</p>	2

Номер лекції	Теми лекцій, їх анотації	Кількість годин
5	Планування діяльності в туристичній організації Сутність і задачі планування у туризмі. Місце планування серед функцій управління. Принципи планування. Види внутрішнього планування і їх взаємозв'язок. Система планів туристичного підприємства. Поняття стратегії в індустрії туризму. Значення та необхідність розробки стратегії. Методологія і етапи стратегічного планування. SWOT аналіз туристичного підприємства як основа вибору стратегії розвитку. Література [1, с. 97-118; 4, с. 63-98; 8, с. 66-91; 6, с.125-145].	2
6	Організаційні процеси в індустрії туризму Сутність функції організування. Поняття і складові організаційної діяльності. Організаційна структура туристичної фірми як результат організаційної діяльності. Централізація і децентралізація при побудові організаційної структури туристичного підприємства. Загальна характеристика типів організаційних структур. Переваги й недоліки різних типів організаційних структур. Література [1, с. 97-118; 4, с. 63-98; 8, с. 66-91; 12, с.179-226; 6, с. 151-173].	2
7	Мотивація ефективної роботи працівників. Організаційна культура Поняття і роль мотивації у менеджменті. Потреби і винагороди, мотиви і стимули. Мотиваційна структура людини. Підходи до мотивації з погляду змісту протреб. Процесний підхід до мотивації. Організаційна культура як мотиваційне середовище непрямой дії. Рівні розвитку організаційної культури. Вплив організаційної культури на ефективність діяльності туристичного підприємства. Література [1, с. 325-371; 4, с. 156-185; 6, с. 214-224; 6, с. 181-204].	2
8	Маркетингові комунікації в системі менеджменту туризму Маркетингові комунікації та їх особливості в туризмі. Маркетингові комунікаційні канали - їх переваги, недоліки і сфери ефективного використання. Реклама як важливий вид маркетингових комунікацій. Засоби і методи рекламування у туризмі. Інформаційні системи і технології маркетингових комунікацій. Ефективність маркетингових комунікацій. Література [1, с. 426-445; 6, с. 211-235].	2
Разом за семестр:		16

Перелік оглядових лекцій для студентів заочної форми здобуття освіти

Номер лекції	Теми лекцій, їх анотації	Кількість годин
1	Туристична організація як об'єкт управління. Принципи і методи управління Література [2, с. 12-32; 4, с. 3-23; 40-54; 5, с. 10-23; 6, с. 7-38]. Маркетингове середовище туристичної організації Література [3, с. 12-45; 4, с.24-39; 5, с. 24-33; 6, с. 77-89]. Туристичний продукт і бізнес-системи в туризмі: основи проєктування і організації діяльності Література [3, с. 12-45; 4, с.24-39; 5, с. 24-33; 6, с. 51-67]. Прийняття рішень в менеджменті туризму Література [1, с. 55-62; 5, с. 136-148; 12, с. 146; 6, с.103-116].	2

Номер лекції	Теми лекцій, їх анотації	Кількість годин
2	<p>Планування діяльності в туристичній організації Література [1, с. 97-118; 4, с. 63-98; 8, с. 66-91; 6, с.125-145].</p> <p>Організаційні процеси в індустрії туризму Література [1, с. 97-118; 4, с. 63-98; 8, с. 66-91; 12, с.179-226; 6, с. 151-173].</p> <p>Мотивація ефективної роботи працівників. Організаційна культура Література [1, с. 325-371; 4, с. 156-185; 6, с. 214-224; 6, с. 181-204].</p> <p>Маркетингові комунікації в системі менеджменту туризму Література [1, с. 426-445; 6, с. 211-235].</p>	2
Разом за семестр:		4

4.2 Зміст практичних занять

Перелік практичних занять для студентів денної форми здобуття освіти

№ практичного заняття	Тема практичного заняття	Кількість годин
1	Туристична організація як об'єкт управління. Принципи і методи управління Література [2, с. 12-32; 4, с. 3-23; 40-54; 5, с. 10-23; 6, с. 7-38].	2
2	Маркетингове середовище туристичної організації. Маркетингові підходи до аналізу чинників макросередовища туристичної індустрії Література [3, с. 12-45; 4, с.24-39; 5, с. 24-33; 6, с. 77-89].	2
3	Туристичний продукт і бізнес-системи в туризмі: основи проектування і організації діяльності. Інфраструктура туристичної індустрії як матеріальна основа туристичних послуг Література [3, с. 12-45; 4, с.24-39; 5, с. 24-33; 6, с. 51-67].	2
4	Прийняття рішень в менеджменті туризму. Загальні підходи до розв'язання управлінських проблем. Методи обґрунтування управлінських рішень Література [1, с. 55-62; 5, с. 136-148; 12, с. 146; 6, с.103-116].	2
5	Планування діяльності в туристичній організації. Маркетингова складова конкурентної стратегії туристичних підприємств Література [1, с. 97-118; 4, с. 63-98; 8, с. 66-91; 6, с.125-145].	2
6	Організаційні процеси в індустрії туризму. Типи організаційних структур, їх поширення в туристичній індустрії. Бізнес-системи туристичних організацій Література [1, с. 97-118; 4, с. 63-98; 8, с. 66-91; 12, с.179-226; 6, с. 151-173].	2
7	Мотивація ефективної роботи працівників. Організаційна культура Література [1, с. 325-371; 4, с. 156-185; 6, с. 214-224; 6, с. 181-204].	2
8	Маркетингові комунікації в системі менеджменту туризму. Цифрові маркетингові комунікації в туристичному бізнесі	4

	Література [1, с. 426-445; 6, с. 211-235].	
	Разом:	18

Перелік практичних занять робіт для студентів заочної форми здобуття освіти

№ п/п	Тема практичних занять	Кількість годин
1	Туристична організація як об'єкт управління. Принципи і методи управління [3, с. 7-38]. Маркетингове середовище туристичної організації [3, с. 77-89].	2
2	Туристичний продукт і бізнес-системи в туризмі: основи проектування і організації діяльності [3, с. 51-67]. Прийняття рішень в менеджменті туризму [3, с.103-116].	2
3	Планування діяльності в туристичній організації [3, с.125-145]. Організаційні процеси в індустрії туризму [3, с. 151-173].	2
4	Мотивація ефективної роботи працівників. Організаційна культура [3, с. 181-204]. Маркетингові комунікації в системі менеджменту туризму [3, с. 211-235].	2
	Разом:	8

4.3 Зміст самостійної (у т.ч. індивідуальної) роботи

Самостійна робота студентів усіх форм здобуття освіти полягає у систематичному опрацюванні програмного матеріалу з відповідних джерел інформації, підготовці до практичних занять, виконанні індивідуальних завдань, тестування з теоретичного матеріалу тощо. Крім цього до послуг студентів сторінка навчальної дисципліни у Модульному середовищі для навчання, де розміщені Робоча програма дисципліни та необхідні документи з її навчально-методичного забезпечення.

Зміст самостійної роботи студентів денної форми здобуття освіти

№ тижня	Вид самостійної роботи	Кількість годин
1	Опрацювання теоретичного матеріалу Т1; підготовка до практичного заняття.	6
2	Підготовка до практичного заняття, оформлення його результатів.	6
3	Опрацювання теоретичного матеріалу Т2; підготовка до практичного заняття.	6
4	Підготовка до практичного заняття, оформлення його результатів.	6
5	Опрацювання теоретичного матеріалу Т3; підготовка до практичного заняття.	7
6	Підготовка до практичного заняття та тестового контролю з тем 1-3, розгляд і аналіз ситуаційних завдань.	6
7	Опрацювання теоретичного матеріалу Т4, додаткової літератури, підготовка до практичного заняття.	7
8	Підготовка до практичного заняття.	6
9	Опрацювання теоретичного матеріалу Т5; підготовка до практичного заняття. Вибір теми ІДЗ.	7
10	Підготовка до практичного заняття. Виконання ІДЗ.	6
11	Опрацювання теоретичного матеріалу Т6; підготовка до практичного заняття. Виконання ІДЗ.	6
12	Підготовка до практичного заняття та тестового контролю з тем 4-6,	7

	розгляд і аналіз ситуаційних завдань. Виконання ІДЗ.	
13	Опрацювання теоретичного матеріалу Т7; підготовка до практичного заняття. Виконання ІДЗ.	6
14	Підготовка до практичного заняття, розгляд і аналіз ситуаційних завдань. Виконання ІДЗ.	46
15	Опрацювання теоретичного матеріалу Т8; підготовка до практичного заняття. Виконання ІДЗ.	7
16	Підготовка до практичного заняття. Здача ІДЗ.	6
17	Підготовка до практичного заняття та тестового контролю з тем 7-8, розгляд і аналіз ситуаційних завдань.	7
Разом за семестр:		108

На самостійне опрацювання студентів виносяться визначені у методичних рекомендаціях до практичних занять та самостійної роботи питання з кожної теми. Керівництво самостійною роботою та контроль за виконанням індивідуального завдання здійснюється викладачем згідно з розкладом консультацій у позаурочний час.

Вимоги до виконання індивідуального домашнього завдання (для студентів денної форми здобуття освіти) викладені в Модульному середовищі для навчання на сторінці навчальної дисципліни.

Зміст самостійної роботи здобувачів вищої освіти, які навчаються за *заочною* формою здобуття вищої освіти, полягає у виконанні у повному обсязі усіх видів робіт відповідно до Робочої програми навчальної дисципліни, зокрема: самостійна робота над засвоєнням теоретичного матеріалу; виконання у відповідних семестрах контрольних робіт та інших індивідуальних завдань, передбачених Робочою програмою; підготовка до поточного та семестрового контролів в період проведення лабораторно-екзаменаційних сесій тощо. Детальніше програма дисципліни та завдання для самостійної роботи здобувачів вищої освіти, які поєднують навчання з виробництвом, викладено у Методичних рекомендаціях з дисципліни для цієї категорії здобувачів.

5 Технології та методи навчання

Процес навчання з дисципліни ґрунтується на використанні традиційних та сучасних технологій, зокрема: лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (бесіда, демонстрування, спостереження, з використанням кейсів, розв'язування задач, презентацій), самостійна робота (індивідуальне домашнє завдання, опрацювання теоретичного матеріалу).

Процес навчання з дисципліни ґрунтується на використанні традиційних та сучасних технологій та методів навчання, зокрема: методи навчання за джерелом передачі і сприймання інформації (словесні (пояснення, дискусія, консультування), практичні (інструктування, розв'язування ситуаційних задач), наочні (демонстрування, ілюстрування, спостереження); за логікою передачі і сприймання навчальної інформації; за рівнем самостійності пізнавальної діяльності (методи проблемного викладу, частково пошукові, дослідницькі); методи стимулювання і мотивації учіння, інтерактивні; метод аналізу конкретних ситуацій (case-study) з використанням технологій візуалізації, інформаційно-комунікаційних та технології дистанційного навчання (сервіс для проведення онлайн конференцій Zoom, Модульне середовище для навчання тощо).

6 Методи контролю

Поточний контроль здійснюється під час практичних занять, встановлених робочою програмою і графіком освітнього процесу, в т.ч. з використанням Модульного середовища для навчання. При цьому використовуються такі методи поточного контролю:

- усне опитування;
- тестовий контроль теоретичного матеріалу;

- оцінювання результатів роботи на практичних заняттях (розв'язування задач, участь у обговоренні ситуацій, самостійні роботи);
- оцінювання результатів виконання індивідуального домашнього завдання.

При виведенні підсумкової семестрової оцінки враховуються результати поточного контролю з усіх видів навчальної роботи за умови повного виконання студентом програми дисципліни. Здобувач вищої освіти, який набрав з будь-якого виду навчальної роботи, суму балів нижчу за 60 відсотків від максимального балу вважається невстигаючим і який має академічну заборгованість. Ліквідація академічної заборгованості із семестрового контролю здійснюється у період екзаменаційної сесії або за графіком, встановленим деканатом відповідно до «Положення про контроль і оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ».

Підсумкова семестрова оцінка (залік) є результатом накопичувального балу за поточний семестр, що вказує на успішність навчання здобувача вищої освіти після отримання достатньої кількості балів (мінімум 60 відсотків). Здобувач освіти вважається таким, що склав залік, і отримує оцінку відповідно до набраних балів, яка потім переводиться в національну шкалу та шкалу ECTS.

7 Політика дисципліни

Політика навчальної дисципліни загалом визначається системою вимог до здобувача вищої освіти, що передбачені чинними положеннями Університету про організацію і навчально-методичне забезпечення освітнього процесу. Зокрема, проходження інструктажу з техніки безпеки; відвідування занять з дисципліни є обов'язковим. За об'єктивних причин (підтверджених документально) теоретичне навчання за погодженням із лектором може відбуватись в індивідуальному режимі. Успішне опанування дисципліни передбачає необхідність підготовки до практичних занять (вивчення теоретичного матеріалу з теми, активно працювати на занятті, розв'язувати задачі, брати участь у дискусіях щодо прийнятих рішень при виконанні здобувачами задач).

Здобувачі вищої освіти зобов'язані дотримуватися термінів виконання усіх видів робіт у встановлені терміни, передбачених робочою програмою навчальної дисципліни. Пропущене практичне заняття здобувач зобов'язаний відпрацювати у встановлений викладачем термін, але не пізніше, ніж за два тижні до кінця теоретичних занять у семестрі.

Засвоєння студентом теоретичного матеріалу з дисципліни оцінюється за результатами опитування під час практичних занять, тестування й виконання індивідуального домашнього завдання. Виконання індивідуального завдання завершується його здачею на перевірку у терміни, встановлені графіком самостійної роботи. У якості ІДЗ здобувач може підготувати реферат або тези доповіді на конференцію за однією з тем навчальної дисципліни при дотриманні узгоджених з викладачем термінів його виконання.

Здобувач вищої освіти, виконуючи самостійну роботу з дисципліни, має дотримуватися політики доброчесності (заборонені списування, підказки, плагіат, використання штучного інтелекту (без вірного цитування)). У разі порушення політики академічної доброчесності в будь-яких видах навчальної роботи здобувач вищої освіти отримує незадовільну оцінку і має повторно виконати завдання з відповідної теми (виду роботи), що передбачені робочою програмою. Будь-які форми порушення академічної доброчесності під час вивчення навчальної дисципліни не допускаються та не толеруються.

У межах вивчення навчальної дисципліни здобувачам вищої освіти передбачено визнання і зарахування результатів навчання, набутих шляхом неформальної освіти, що розміщені на доступних платформах (<https://prometheus.org.ua/courses-catalog/>), які сприяють формуванню компетентностей і поглибленню результатів навчання, визначених робочою програмою дисципліни, або забезпечують вивчення відповідної теми та/або виду робіт з програми навчальної дисципліни (детальніше у Положенні про порядок визнання та зарахування результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ).

8 Оцінювання результатів навчання студентів у семестрі

Оцінювання академічних досягнень здобувача вищої освіти здійснюється відповідно до «Положення про контроль і оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ». Залежно від важливості окремих видів навчальної роботи, і їх ролі у формуванні компетентностей і результатів навчання, визначених робочою програмою, розробники Робочої програми присвоюють кожному виду навчальної роботи (структурній одиниці) з дисципліни певну кількість балів. При поточному оцінюванні виконаної здобувачем роботи з кожної структурної одиниці і отриманих ним результатів викладач виставляє йому певну кількість балів із встановлених Робочою програмою для цього виду роботи. При цьому кожна структурна одиниця навчальної роботи може бути зарахована, якщо здобувач набрав не менше 60 відсотків (мінімальний рівень для позитивної оцінки) від максимально можливої суми балів, призначеної структурній одиниці.

Будь-які форми порушення академічної доброчесності *не допускаються*.

Таблиця - Структурування дисципліни за видами навчальної роботи і оцінювання результатів навчання студентів денної форми здобуття освіти у семестрі

Аудиторна робота								Контрольні заходи			Самостійна робота	Семестровий контроль
Практичні заняття (8 контрольних точок)								Тестовий контроль			ІДЗ*	Залік
1	2	3	4	5	6	7	8	T*1-3	T*4-6	T*7-8	ІДЗ	
Кількість балів за кожний вид навчальної роботи (мінімум-максимум)												
5-7	5-7	5-7	5-7	5-7	5-7	5-7	5-7	5-8	5-8	5-8	5-20	За рейтингом
40-56								15-24			5-20	60-100**

Примітка: * ІДЗ – індивідуальне домашнє завдання; Т* – тема навчальної дисципліни;

** За набрану з будь-якого виду навчальної роботи з дисципліни кількість балів, нижче встановленого мінімуму, здобувач отримує незадовільну оцінку і має її перездати у встановлений викладачем (деканом) термін. Інституційна оцінка встановлюється відповідно до таблиці «Співвідношення інституційної шкали оцінювання і шкали оцінювання ЄКТС».

Оцінювання на практичних заняттях

Оцінка, яка виставляється за практичне заняття, складається з таких елементів: усне опитування студентів на знання теоретичного матеріалу з теми; вільне володіння студентом спеціальною термінологією і уміння професійно обґрунтувати прийняті рішення при розв'язуванні задач; результати самостійних робіт.

При оцінюванні результатів навчання здобувачів вищої освіти на практичних заняттях викладач користується наведеними нижче критеріями:

Таблиця – Критерії оцінювання навчальних досягнень здобувача вищої освіти

Оцінка та рівень досягнення здобувачем запланованих ПРН та сформованих компетентностей	Узагальнений зміст критерія оцінювання
Відмінно (високий)	Здобувач вищої освіти глибоко і у повному обсязі опанував зміст навчального матеріалу, легко в ньому орієнтується і вміло використовує понятійний апарат; уміє пов'язувати теорію з практикою, вирішувати практичні завдання, впевнено висловлювати і обґрунтовувати свої судження. Відмінна оцінка передбачає логічний виклад відповіді мовою викладання (в усній або у письмовій формі), демонструє якісне оформлення завдань, аналізувати їх на помилки та

	виправляти їх, шукати взаємозв'язки між формами. Здобувач не вагається при видозміні запитання, вміє робити детальні та узагальнюючі висновки, демонструє практичні навички з вирішення фахових завдань. При відповіді допустив дві–три несуттєві <i>похибки</i> .
Добре (середній)	Здобувач вищої освіти виявив повне засвоєння навчального матеріалу, володіє понятійним апаратом, орієнтується у вивченому матеріалі; свідомо використовує теоретичні знання для вирішення практичних задач; виклад відповіді грамотний, але у змісті і формі відповіді можуть мати місце окремі неточності, нечіткі формулювання правил, закономірностей тощо. Відповідь здобувача вищої освіти будується на основі самостійного мислення. Здобувач вищої освіти у відповіді допустив дві–три <i>несуттєві помилки</i> .
Задовільно (достатній)	Здобувач вищої освіти виявив знання основного програмного матеріалу в обсязі, необхідному для подальшого навчання та практичної діяльності за професією, справляється з виконанням практичних завдань, передбачених програмою. Як правило, відповідь здобувача вищої освіти будується на рівні репродуктивного мислення, здобувач вищої освіти має слабкі знання структури навчальної дисципліни, допускає неточності і <i>суттєві помилки</i> у відповіді, вагається при відповіді на видозмінене запитання. Разом з тим, набув навичок, необхідних для виконання нескладних практичних завдань, які відповідають мінімальним критеріям оцінювання і володіє знаннями, що дозволяють йому під керівництвом викладача усунути неточності у відповіді.
Незадовільно (недостатній)	Здобувач вищої освіти виявив розрізнені, безсистемні знання, не вміє виділяти головне і другорядне, допускається помилок у визначенні понять, перекручує їх зміст, хаотично і невпевнено викладає матеріал, не може використовувати знання при вирішенні практичних завдань. Як правило, оцінка «незадовільно» виставляється здобувачеві вищої освіти, який не може продовжити навчання без додаткової роботи з вивчення навчальної дисципліни.

ІДЗ здобувача вищої освіти оцінюється аналогічно з використанням вищенаведених у таблиці критеріїв оцінювання навчальних досягнень здобувача вищої освіти (мінімальний позитивний бал – 5 балів, максимальний – 20 балів). При підготовці тез доповідей на конференцію у якості ІДЗ здобувач вищої освіти отримує максимальний бал (20) за його виконання.

Оцінювання результатів тестового контролю

Кожен з трьох тестів, передбачених робочою програмою, складається із 25 тестових завдань. Максимальна сума балів, яку може набрати студент за результатами тестування, складає 24.

Відповідно до таблиці структурування видів робіт за тематичний контроль здобувач денної форми освіти залежно від кількості правильних відповідей може отримати від 5 до 8 балів:

Таблиця – Розподіл балів в залежності від наданих правильних відповідей на тестові завдання

Кількість правильних відповідей	1–14	15-16	17-19	20–22	23–25
Відсоток правильних відповідей	0-59	60-70	71-80	81-89	90-100
Кількість балів	-	5	6	7	8

На тестування відводиться 25 хвилин. Правильні відповіді студент записує у талоні відповідей. Студент може також пройти тестування і в онлайн режимі у Модульному середовищі для навчання на сторінці навчальної дисципліни. Тестування здобувачів вищої освіти у Модульному середовищі для навчання автоматично оцінюються за критеріями, наведеними у таблиці вище.

При отриманні негативної оцінки тест слід перездати до терміну наступного контролю.

Таблиця - Структурування дисципліни за видами навчальної роботи і оцінювання результатів навчання студентів заочної форми здобуття освіти

Аудиторна робота				Самостійна, індивідуальна робота		Семестровий контроль
Практичні завдання №:				Контрольна робота		Залік
1	2	3	4	Якість виконання і захист роботи	Тестовий контроль	
Кількість балів за кожний вид навчальної роботи (мінімум-максимум)						
4-7	4-7	3-5	3-5	24-40	20-32	За рейтингом
16-28				24-40	20-32	60-100

Оцінювання контрольної роботи здобувачів, які навчаються за заочною формою здобуття освіти

Контрольна робота передбачає виконання трьох завдань – два теоретичних і одне – практичне. Структуру завдань у контрольній роботі залежно від особливостей дисципліни визначають розробники робочої програми із затвердженням їх на засіданні кафедри. Варіанти контрольних робіт і зміст завдань і наводяться у Методичних рекомендаціях до виконання контрольної роботи. При оцінюванні контрольної роботи враховуються: повнота відповіді на теоретичні питання; якість виконання практичного завдання; захист. Кожне з теоретичних питань оцінюється від 6 до 10 балів, а практичне 12-20 балами, загальна сума балів на позитивну оцінку становить від 24 до 40.

Таблиця – Розподіл балів при оцінюванні завдань контрольної роботи

Види завдань	Кількість балів для певного рівня досягнення результатів навчання		
	Достатній	Середній	Високий
Теоретичне питання № 1	6	8	10
Теоретичне питання № 2	6	8	10
Практичне завдання	14	18	20
Разом:	26	34	40

Кожне завдання контрольної роботи здобувача вищої освіти оцінюється викладачем з використанням таблиці критеріїв оцінювання навчальних досягнень здобувача вищої освіти (щодо визначення достатнього, середнього та високого рівня досягнення здобувачем).

Оцінювання результатів тестового контролю заочної форми здобуття освіти

Тестовий контроль, передбачених робочою програмою, складається із 40 тестових завдань. Максимальна сума балів, яку може набрати студент за результатами тестування, складає 32.

Відповідно до таблиці структурування видів робіт за тематичний контроль здобувач залежно від кількості правильних відповідей може отримати від 20 до 32 балів:

Таблиця – Розподіл балів в залежності від наданих правильних відповідей на тестові завдання

Кількість правильних відповідей	0-23	24-25	24-26	27-29	30-32	33-34	35-37	38-40
Відсоток правильних відповідей	0-59	60-64	65-70	71-76	77-82	83-88	89-94	95-100
Кількість отриманих балів	0	20	22	24	26	28	30	32

На тестування відводиться 45 хвилин. Правильні відповіді студент записує у талоні відповідей. Студент може також пройти тестування і в онлайн режимі у Модульному середовищі для навчання на сторінці навчальної дисципліни. Тестування здобувачів вищої освіти у Модульному середовищі для навчання автоматично оцінюються за критеріями, наведеними у таблиці вище.

При отриманні негативної оцінки тест слід перездати.

Для кожного окремого виду завдань семестрового контролю застосовуються критерії оцінювання навчальних досягнень здобувача вищої освіти, наведені вище (**Таблиця – Критерії оцінювання навчальних досягнень здобувача вищої освіти**).

Таблиця – Співвідношення інституційної шкали оцінювання і шкали оцінювання ЄКТС

Оцінка ЄКТС	Рейтингова шкала балів	Інституційна шкала (Опис рівня досягнення здобувачем вищої освіти запланованих результатів навчання з навчальної дисципліни)	
		Залік	Іспит/диференційований залік
A	90-100	Зараховано	<i>Відмінно/Excellent</i> – високий рівень досягнення запланованих результатів навчання з навчальної дисципліни, що свідчить про безумовну готовність здобувача до подальшого навчання та/або професійної діяльності за фахом
B	83-89		<i>Добре/Good</i> – середній (максимально достатній) рівень досягнення запланованих результатів навчання з навчальної дисципліни та готовності до подальшого навчання та/або професійної діяльності за фахом
C	73-82		<i>Задовільно/Satisfactory</i> – Наявні мінімально достатні для подальшого навчання та/або професійної діяльності за фахом результати навчання з навчальної дисципліни
D	66-72		
E	60-65		
FX	40-59	Незараховано	<i>Незадовільно/Fail</i> – Низка запланованих результатів навчання з навчальної дисципліни відсутня. Рівень набутих результатів навчання є недостатнім для подальшого навчання та/або професійної діяльності за фахом
F	0-39		<i>Незадовільно/Fail</i> – Результати навчання відсутні

Підсумкова семестрова оцінка за інституційною шкалою і шкалою ЄКТС визначається в автоматизованому режимі після внесення викладачем результатів оцінювання з усіх видів робіт до електронного журналу. Співвідношення інституційної шкали оцінювання і шкали оцінювання ЄКТС у наведеній вище таблиці.

9 Питання для самоконтролю результатів навчання

1. У чому полягає специфіка туристичної організації як об'єкта управління?
2. Які цілі та основні завдання менеджменту і маркетингу туризму?
3. Які сфери менеджменту функціонують у туристичному підприємстві?
4. Яке місце маркетингу в системі функцій управління?
5. Які методи управління застосовуються в туристичній організації?
6. Що розуміють під маркетинговим середовищем туристичної організації?
7. Які основні характеристики зовнішнього середовища туристичної індустрії?
8. Хто належить до мікросередовища туристичного підприємства?
9. Який вплив має макросередовище на діяльність туристичної організації?

10. Які маркетингові технології використовують для аналізу споживачів і конкурентів?
11. Яка роль інфраструктури у формуванні туристичного продукту?
12. Що таке туристичний продукт і які його основні складові?
13. У чому полягає відмінність між туристичним продуктом і туристичною послугою?
14. Які етапи включає проектування туристичного маршруту?
15. Що таке бізнес-система туристичного підприємства?
16. У чому полягає сутність управлінських рішень у туризмі?
17. Які типи управлінських рішень застосовуються в туристичному менеджменті?
18. Які фактори впливають на процес прийняття управлінських рішень?
19. Які підходи використовуються при прийнятті управлінських рішень?
20. Які методи творчого пошуку застосовуються в управлінні?
21. Яка роль планування в системі управління туристичним підприємством?
22. Які принципи планування застосовуються в туризмі?
23. Які види внутрішньо-фірмового планування існують?
24. Що розуміють під стратегією туристичного підприємства?
25. Як використовується SWOT-аналіз у стратегічному плануванні?
26. У чому полягає сутність функції організування?
27. Що таке організаційна структура туристичного підприємства?
28. Які типи організаційних структур використовуються в туризмі?
29. У чому різниця між централізацією та децентралізацією управління?
30. Як організаційна структура впливає на ефективність діяльності підприємства?
31. Яке значення має мотивація в менеджменті туристичного підприємства?
32. У чому полягає різниця між мотивами, стимулами та винагородами?
33. Які підходи до мотивації персоналу використовуються в туризмі?
34. Що таке організаційна культура та її основні елементи?
35. Як організаційна культура впливає на ефективність роботи персоналу?
36. Яку роль відіграють маркетингові комунікації у туристичній діяльності?
37. Які канали маркетингових комунікацій застосовуються в туризмі?
38. Яке значення має реклама для туристичного підприємства?
39. Яку роль відіграють цифрові технології в маркетингових комунікаціях?
40. Як оцінюється ефективність маркетингових комунікацій?

10 Навчально-методичне забезпечення

Освітній процес з дисципліни «Менеджмент і маркетинг туризму» забезпечений необхідними навчально-методичними матеріалами, що розміщені в Модульному середовищі для навчання MOODLE:

1. Курс «Менеджмент і маркетинг туризму». <https://msn.khmnu.edu.ua/course/view.php?id=6866>
2. Методичні вказівки до практичних занять та самостійної роботи для здобувачів вищої освіти денної та заочної форми навчання з дисципліни «Менеджмент і маркетинг туризму». URL: <https://msn.khmnu.edu.ua/course/view.php?id=6866>

11 Матеріально-технічне та програмне забезпечення дисципліни (за потреби)

Інформаційна та комп'ютерна підтримка: ПК, планшет, смартфон або інший мобільний пристрій, проектор. Програмне забезпечення: програми Microsoft Office або аналогічні, доступ до мережі Інтернет, робота з презентаціями.

Вивчення навчальної дисципліни рекомендується використання спеціального програмного прикладного забезпечення, крім загальнонавчаних програм і операційних систем.

12 Рекомендована література

Основна

1. Економіка, менеджмент, маркетинг туризму та гостинності : навч. посібник [Електронний ресурс] / П. Г. Перерва [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2020. – 893 с. – URI: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/47906>.
2. Менеджмент туризму : підручник / І. М. Школа, О. П. Корольчук. - Чернівці : Книги – ХХІ, 2022. Description: 464 с ISBN: 978-617-614-003-03.
3. Стадник В. В. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посіб. / В. В. Стадник, Л. О. Гризовська. – Хмельницький : ХНУ, 2020. – 355 с.

Додаткова

4. Менеджмент з туризму: конспект лекцій. Для здобувачів вищої освіти, які навчаються за спеціальністю 242 «Туризм» за усіма формами навчання / Укладач О. В. Поступна. – Х.: НУЦЗУ, 2020. – 235 с.
5. Король О.Д. К 683 Основи туристського маркетингу. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2021. – 144 с.
6. Афонченкова, Т. М., Булюк, О. В., & Лугінін, О. Є. Менеджмент і маркетинг туризму: навчальний посібник. Київ: Ліра-К. 2021
7. Кифяк, В. Ф. Управління розвитком туризму в умовах трансформації економіки. Економіка та держава, 6, 2021. С.56–61. <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2021.6.56>
8. Мельниченко, С. В., & Шеєнкова, К. А. (). Цифровий маркетинг у туризмі: сучасні тренди та інструменти. Вісник КНТЕУ, 2, 2023. С.85–96.
9. Contemporary Marketing Management for Tourism and Hospitality. How New Tech and Gen Z Drive Sustainable Business Transformation. Book. -2024
10. Karadağ, L., & İnak Özberk, T. M. Academic Mapping of Digital Marketing and Tourism Marketing: A Bibliometric Analysis. Romaya Journal, 5(1), 2025 21-36. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15258006>
11. Stylos, N., Rahimi, R., & Robinson, P. (Eds.). Contemporary marketing management for tourism and hospitality. Springer. 2024 <https://doi.org/10.1007/978-3-031-65049-9>
12. Buhalis, D., & Leung, R. Smart tourism destinations: Governance and innovation. Tourism Management, 85, 104310. 2023 <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104310>
13. Григор'єва Л. В. Маркетинг туризму та реклама : навч. посіб. / Л. В. Григор'єва, І. Є. Журба. С. А. Матюх. – Хмельницький : ХНУ, 2018. – 218 с.
14. Стадник В. В. Акцентуація ролі маркетингової складової системи менеджменту туристичного підприємства в контексті його конкурентоспроможності / В. В. Стадник, Л. О. Гризовська // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2019. – № 6. – С. 69–73.

13 Інформаційні ресурси

1. Модульне середовище для навчання. Доступ до ресурсу: <https://msn.khmnu.edu.ua>
2. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khmnu.edu.ua/course/view.php?id=6866>
3. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.edu.ua/asp/php_f/plage_lib.php.
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Туризм [Електронний ресурс] // Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua/Tags/DocumentsByTag?lang=uk-UA&id=4268f55cfec7-4d63-b4d3-1a0311a7297b&tag=Turizm>
6. Офіційний сайт ЮНЕСКО. Список об'єктів всесвітньої спадщини [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://whc.unesco.org/pg.cfm?cid=31>
7. Департамент туризму та курортів Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<http://www.me.gov.ua/Documents/MoreDetails?lang=uk-UA&id=2c48859c3471-4508-8d0d-60df67c47e84&title=ProUpravlinniaTurizmuTaKurortiv>

8. <http://www.world-tourism.org> – інформаційний розділ Всесвітньої Туристичної Організації, який містить інформацію національних туристичних адміністрацій країн, що входять до ЮНВТО, статистичні дані.

9. <http://www.travel.com.ua> – Всеукраїнська група асоціацій, підприємств та організацій туристичної сфери.

10. <http://www.utis.com.ua> – українська інформаційна система.

11. <http://www.tour-spravka.kiev.ua> – довідка по туризму.

12. <http://www.visas.com.ua> – новини зі світу туризму.

13. <http://spa.net.ua> - SPA в Україні та за кордоном .

14. <http://www.tyusm.com>

15. <http://www.karpaty.lviv.ua>

16. <http://www.tourism.dn.ua>

17. <http://www/forestpark.com.ua>

18. Tourism 2020 Vision [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.unwto.org/facts/eng/vision.html>