

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Кафедра економіки природокористування

„Затверджено”  
Проректор з навчально-методичної роботи  
\_\_\_\_\_ В.М. Хохлов  
“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2018 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ ТУРИЗМУ**

спеціальність 242 «Туризм»  
факультет еколого-економічний

2018-2019 навчальний рік

Робоча програма дисципліни Менеджмент та маркетинг в туризмі для студентів за спеціальністю 242 «Туризм»

Розробники:

Дем'яненко Світлана Георгіївна, к.е.н., доцент кафедри економіки природокористування,

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри  
Економіки природокористування

Протокол № \_\_\_\_ від „\_\_” \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ (Губанова О.Р.)

Затверджено

на засіданні методичної комісії еколого-економічного факультету ОДЕКУ

\_\_\_\_\_ (Владимирова О.Г.)

Протокол № \_\_\_\_ від „\_\_” \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

«Узгоджено»

В.о.зав.НМЦ

\_\_\_\_\_ Монюшко М.М.

### Перелік скорочень

ЗМ-Л1 – лекційний змістовний модуль № 1  
ЗМ-Л2 – лекційний змістовний модуль № 2  
ЗМ-Л3 – лекційний змістовний модуль № 2  
ЗМ-П1 – практичний змістовний модуль № 1  
ЗМ-П2 – практичний змістовний модуль № 2  
ЗМ-П3 – практичний змістовний модуль № 3  
ПЛЗ – підготовка до лекційних занять  
ПУОП – підготовка до усного опитування під час практичних занять  
УО – усне опитування під час лекційних та практичних занять  
ПКР – підготовка до контрольної роботи  
КР – тестова контрольна робота  
ВЛМ – вивчення тем лекційного модуля  
ВКП – виконання курсового проекту  
КП – курсовий проект  
ПІ – підготовка до іспиту  
СРС – самостійна робота студентів  
НДРС – науково-дослідна робота студентів  
МКР – міжсесійна контрольна робота

### Опис навчальної дисципліни «Менеджмент та маркетинг туризму»

Найменування показників	Спеціальність, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів ECTS: <b>6</b>	Спеціальність: 242 «Туризм»	Обов'язкова	
Змістовних модулів: <b>6</b> лекційних: <b>3</b> практичних: <b>3</b>	»	<b>Рік підготовки</b>	
		3-й	3-4
Загальна кількість годин: <b>180</b>  Індивідуальне завдання: Заочна форма – міжсесійна к.р.	Рівень вищої освіти: <b>Бакалавр</b>	<b>Семестр</b>	
		1-й	2-2
		<b>Лекційні заняття</b>	
		30 год.	2, 2
		<b>Практичні заняття</b>	
		30 год.	4
		<b>Лабораторні</b>	
		-	-
		<b>Самостійна робота (в т.ч. індив.)</b>	
		120 год.	13.....159
<b>Індивідуальне завдання</b>			
	40		
<b>Вид контролю</b>			
	Іспит	Іспит	

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної роботи становить:

Для денної форми навчання – 33 % до 67%

Для заочної форми навчання -4 % до 96 %

#### Мета та завдання навчальної дисципліни

Дисципліна «Менеджмент та маркетинг туризму» належить до циклу професійно-орієнтованої підготовки бакалаврів зі спеціальності 242 «Туризм».

Метою вивчення дисципліни «Менеджмент та маркетинг в туризмі» є формування здатностей самостійно мислити, приймати управлінські рішення, що стосуються управління фірмою та маркетингової діяльності.

Загальний обсяг навчального часу, що випадає на вивчення дисципліни «Менеджмент та маркетинг в туризмі», дорівнює 180 годинам (30 - лекції, 30 - практичні заняття, 120 - самостійна робота студентів; 6 кредитів ECTS + 1 наук).

В структурно-логічній схемі освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів зі спеціальності 242 «Туризм» вивчення дисципліни «Менеджмент та маркетинг туризму» базується на знаннях, отриманих з курсу «Економічна теорія», «Економіка туристичного ринку», передуює засвоєнню дисципліни «Ціноутворення у туристичній галузі».

Методичним забезпеченням курсу є лекції з дисципліни «Менеджмент та маркетинг в туризмі», підручники та навчальні посібники, монографії, статті у фахових виданнях, Інтернет-ресурси, нормативно-законодавчі акти, що регулюють відносини в сфері господарської діяльності.

**Базові складові дисципліни:**

- вивчення сутності і об'єктів менеджменту туризму
- дослідження характеристик туристичної організації як об'єкта управління;
- дослідження маркетингового середовища туристичної організації;
- аналіз складу туристичного продукту, структури бізнес-процесів в туризмі;
- вивчення методів управління.

У результаті вивчення дисципліни студент отримує наступні знання та вміння:

**знання:**

- сутність менеджменту туризму та місце маркетингу у розвитку туристичного бізнесу;
- особливостей формування туристичного продукту та чинники, що впливають на його вибір споживачами;
- методів обґрунтування рішень у сфері формування і реалізації туристичних продуктів;
- функції, принципи й методи менеджменту та особливості їх реалізації в туристичних організаціях;
- сутність і завдання маркетингових комунікацій у сфері туризму;
- науково-методичні основи оцінювання ефективності діяльності туристичних організацій.

**вміння:**

- побудувати схему управлінського процесу;
- сформувати структуру управління туристичною організацією з урахуванням її типу, масштабів діяльності, а також специфіки поведінки на ринку;
- сформулювати 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.

**компетенції:**

- Здатність оцінювати ефективність діяльності фірми.

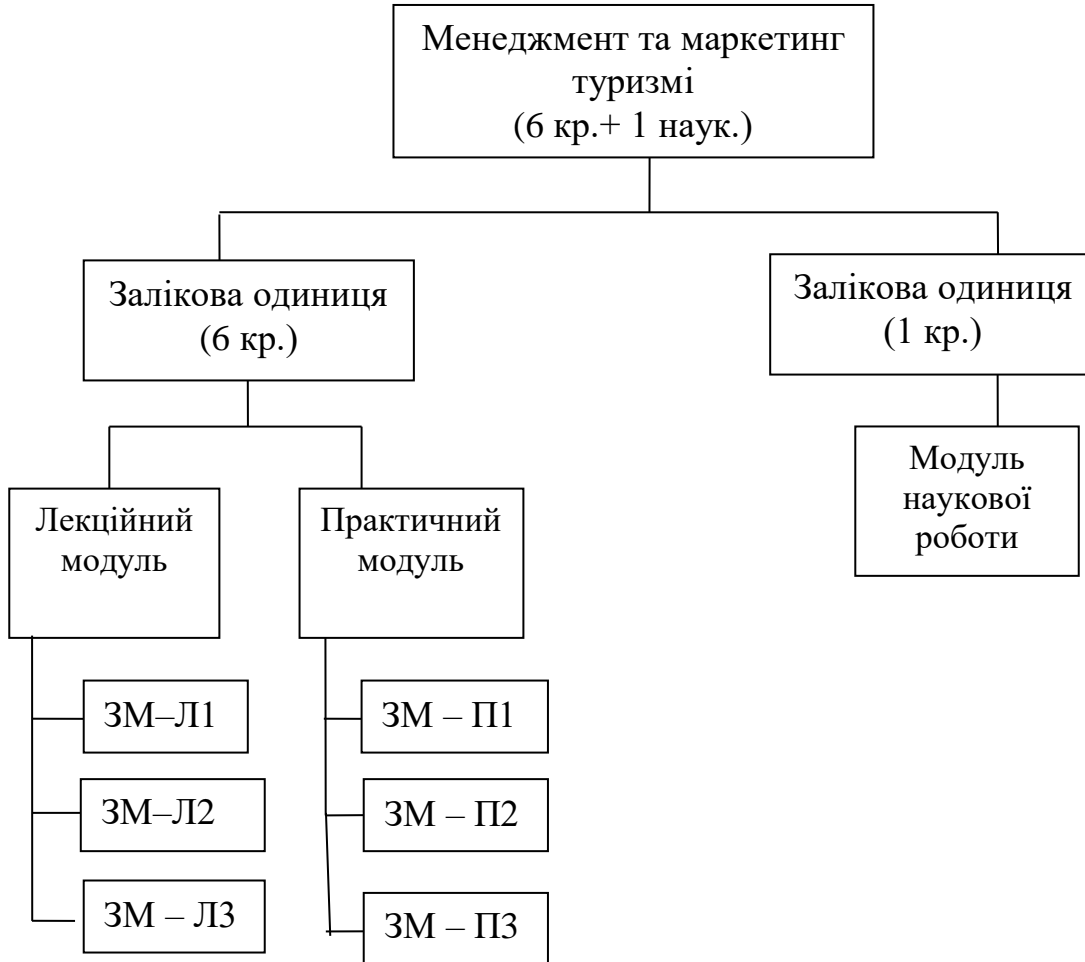
**Схема навчальної дисципліни**

Дисципліна містить навчальний курс загальним обсягом 180 годин.

## ВСТУП ТА СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Менеджмент та маркетинг туризму» належить до вибіркових дисциплін.  
Структура дисципліни побудована згідно із затвердженим навчальним планом.

Загальна структура навчальної дисципліни (навчальний курс складає 180 годин)



Види контролю поточних та залишкових знань по окремих модулях дисципліни:  
лекційний – усне опитування (УО), тестові контрольні роботи (КР).  
практичний – усне опитування (УО), контрольні роботи (КР).

## ПРОГРАМА ЛЕКЦІЙНИХ МОДУЛІВ

Змістовні модулі	Розділи програми (назва)	Назви тем	Денна форма				Заочна форма				
			Кількість аудиторних годин	Кількість годин СРС	Форми завдань на СРС	Форми поточного контролю СРС	Кількість аудиторних годин	Кількість годин СРС	Форми завдань на СРС	Форми поточного контролю СРС	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
ЗМ-Л2	Система управління та її особливості в туристській індустрії	1. Формування та розвиток теорії управління	2	2	ПЛЗ	УО					
		2. Засади сучасної системи управління	2	2	ПЛЗ	УО					
		3. Системний, процесний та ситуаційний підходи в менеджменті	2	2	ПЛЗ	УО					
		4. Організація управління туристським комплексом	2	2	ПЛЗ	УО					
		5. Особливості управління в туристській індустрії	2	2	ПЛЗ	УО	1	5	ВЛМ		
				5	ПКР	КР1					
Контроль знань (УО, КР) <b>Разом</b>			<b>10</b>	<b>15</b>			1	5			
ЗМ-Л2	Особливості управління організаціях туристської індустрії	1. Поняття та види структур управління в туристській індустрії	2	2	ПЛЗ	УО	1	3	ВЛМ		
		2. Методи управління	2	2	ПЛЗ	УО					
		3. Планування діяльності організацій туристської індустрії	2	2	ПЛЗ	УО					
		4. Мотивація як функція управління туристичної організації	2	2							

		5. Контроль та координація діяльності туристичного підприємства	2	2	ПЛЗ	УО				
				5	ПКР	КР2				
Контроль знань (УО, КР) <b>Разом</b>			<b>10</b>	<b>15</b>			1	3		
ЗМ-ЛЗ	Маркетинг в туризмі	1. Ключові характеристики маркетингу в туристичній індустрії	2	2	ПЛЗ	УО	2	5	ВЛМ	
		2. Маркетингові технології в індустрії туризму	2	2	ПЛЗ	УО				
		3. формування комунікаційної політики в туризмі	2	2	ПЛЗ	УО				
		4. Формування відносин з клієнтами в туризмі	2	2	ПЛЗ	УО				
		5. Особливості маркетингу готельних підприємств	2	2	ПЛЗ	УО				
					5	ПКР	КР2			
Контроль знань (УО, КР) <b>Разом</b>			<b>10</b>	<b>15</b>			2	13		
<b>ЗМ-ІЗ</b>								40	ВМКР	МКР
<b>Підготовка до іспиту</b>				<b>20</b>	ПІ	І		20	ПІ	
<b>Разом:</b>			<b>30</b>	<b>65</b>			4	73		



**У результаті вивчення лекційних модулів студенти повинні надбати знання:**

### **ЗМ-Л1**

Основні категорії і складові туристичної індустрії. Функції туризму. 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.

Змістовний модуль забезпечений:

Менеджмент туризму : учебник / А. Д. Чудновский, Н. В. Королев, Е.А. Гаврилова, М. А. Жукова, Н. А. Зайцева. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 576 с.  
 Мескон М. Х., Альберт М., Федури Ф. Основы менеджмента. — М.: Дело, 1992.  
 Мальська М.П. Економіка туризму: теорія та практика: підручник / М. П. Мальська, М.Й. Рутинський, С.В. Білоус, Н.Л. Мандюк – К.: «Центр учбової літератури», 2014. – 544 с.

### **ЗМ-Л2**

Система методів управління, їх сутність та особливості. Економічні, адміністративні, соціально-психологічні та правові методи управління і сфери їх ефективного застосування. 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 Поняття і роль мотивації у менеджменті. Потреби і винагороди, мотиви і стимули. Мотиваційна структура людини. Підходи до мотивації з погляду змісту протреб. Дослідження А. Маслоу, К. Альдерфера, Д. Мак-Клеланда, Ф. Герцберга. Процесний підхід до мотивації. Теорії очікування, справедливості, модель Портера - Лоулера. Соціопсихологічні методи регулювання поведінки людей: позитивна підтримка, негативна підтримка, покарання та ігнорування.

Змістовний модуль забезпечений:

Менеджмент туризму : учебник / А. Д. Чудновский, Н. В. Королев, Е.А. Гаврилова, М. А. Жукова, Н. А. Зайцева. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 576 с.  
 Мескон М. Х., Альберт М., Федури Ф. Основы менеджмента. — М.: Дело, 1992.  
 Мальська М.П. Економіка туризму: теорія та практика: підручник / М. П. Мальська, М.Й. Рутинський, С.В. Білоус, Н.Л. Мандюк – К.: «Центр учбової літератури», 2014. – 544 с.

### **ЗМ-Л3**

Розвиток маркетингової концепції управління. Сучасна концепція маркетингу послуг. Інструменті аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища в туристській індустрії. Концепція маркетингу в туризмі. Інформаційне забезпечення маркетингу в туризмі. Поведінка споживачів в індустрії туризму. Формування відносин з клієнтами в туризмі. Сучасні комунікаційні технології просування в туризмі.

Змістовний модуль забезпечений:

Маркетинг туризма : учебное пособие / И. В. Гончарова, Т. П. Розанова, М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 224 с. 6. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В. Основы маркетинга: Пер. с англ. – 2-е епрор. изд. – М.; СПб.; К.: Изд. дом «Вильямс», 2006. – 944 с. : ил.

### ПРОГРАМА ПРАКТИЧНИХ МОДУЛІВ

Змістовні модулі	Теми	Денна форма				Заочна форма			
		Кількість аудиторних годин	Кількість годин СРС	Форми завдань на СРС	Форми поточного контролю СРС	Кількість аудиторних годин	Кількість годин СРС	Форми завдань на СРС	Форми поточного контролю СРС
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ЗМ-П1	1. Формування та розвиток теорії управління	2	2	ПУОП	УО	1	7	ПУО	
	2. Зарубіжний досвід організації управління туристським комплексом.	2	2	ПУОП	УО		7	ПУО	
	3. Вітчизняний досвід управління туристським комплексом	2	2	ПУОП	УО		6	ПУО	
	4. Туристський ринок України: проблеми та перспективи	2	2	ПУОП	УО		6	ПУО	
	5. Туристична індустрія як галузь національного господарства	2	2	ПУОП	УО		6	ПУО	
			5	ПКР	КР1				
Контроль знань (УО, КР) <b>Разом:</b>		<b>10</b>	<b>15</b>				32		
ЗМ-П2	1. Поняття та види організаційних структур управління	2	3	ПУОП	УО	1	7	ПУО	
	2. Моделі процесу прийняття рішень	2	3	ПУОП	УО		7	ПУО	
	3. Методи управління	2	3	ПУОП	УО		6	ПУО	
	4. Місія та цілі туристської індустрії	2	3	ПУОП	УО		6	ПУО	
	5. Мотивація діяльності персоналу в туризмі	2	3	ПУОП	УО		6	ПУО	
			5	ПКР	КР2				
Контроль знань (УО, КР) <b>Разом:</b>		<b>10</b>	<b>20</b>				32		
ЗМ-П3	1. Поведінка споживачів в індустрії туризму.	2	3	ПУОП	УО	1	6	ПУО	
	2. Планування та організація рекламної кампанії в туризмі	2	3	ПУОП	УО	1	6	ПУО	
	3. Просування туристичних дестинацій	2	3	ПУОП	УО		6	ПУО	
	4. Виставкова діяльність в туризмі	2	3	ПУОП	УО		6	ПУО	

	5. Особливості маркетингу готельних підприємств	2	3	ПУОП	УО		6	ПУО	
			5	ПКР	КРЗ		5	ПКР	АКР
Контроль знань (УО, КР)		<b>Разом:</b>	<b>10</b>	<b>20</b>			4	35	
		<b>Всього:</b>	<b>30</b>	<b>55</b>			4	99	

**У результаті вивчення практичних модулів студенти повинні надбати уміння:**

### **ЗМ-П1**

Формування та розвиток теорії управління. Зарубіжний досвід організації управління туристським комплексом. Вітчизняний досвід управління туристським комплексом. Туристський ринок України: проблеми та перспективи. Туристична індустрія як галузь національного господарства

Змістовний модуль забезпечений:

Менеджмент туризму : учебник / А. Д. Чудновский, Н. В. Королев, Е.А. Гаврилова, М. А. Жукова, Н. А. Зайцева. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 576 с. Мескон М. Х., Альберт М., Федури Ф. Основы менеджмента. — М.: Дело, 1992. Мальська М.П. Економіка туризму: теорія та практика: підручник / М. П. Мальська, М.Й. Рутинський, С.В. Білоус, Н.Л. Мандюк – К.: «Центр учбової літератури», 2014. – 544 с.

### **ЗМ-П2**

Поняття та види організаційних структур управління. Моделі процесу прийняття рішень. Методи управління. Місія та цілі туристської індустрії. Мотивація діяльності персоналу в туризмі.

Змістовний модуль забезпечений:

Менеджмент туризму : учебник / А. Д. Чудновский, Н. В. Королев, Е.А. Гаврилова, М. А. Жукова, Н. А. Зайцева. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 576 с. Мескон М. Х., Альберт М., Федури Ф. Основы менеджмента. — М.: Дело, 1992. Мальська М.П. Економіка туризму: теорія та практика: підручник / М. П. Мальська, М.Й. Рутинський, С.В. Білоус, Н.Л. Мандюк – К.: «Центр учбової літератури», 2014. – 544 с.

### **ЗМ-П3**

Поведінка споживачів в індустрії туризму. Планування та організація рекламної кампанії в туризмі. Просування туристичних дестинацій. Виставкова діяльність в туризмі. Особливості маркетингу готельних підприємств

Змістовний модуль забезпечений:

Маркетинг туризму : учебное пособие / И. В. Гончарова, Т. П. Розанова, М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 224 с. 6. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В. Основы маркетинга: Пер. с англ. – 2-е епроп. изд. – М.; СПб.; К.: Изд. дом «Вильямс», 2006. – 944 с. : ил.

## ПРОГРАМА МОДУЛЯ НАУКОВОЇ РОБОТИ

Науково-дослідна робота студентів (НДРС) з дисципліни оцінюється як окремий модуль. Цей модуль складається з наступних елементів НДРС: публікацій, участі в олімпіадах, участі у конкурсах наукових робіт, роботі наукових гуртків та семінарів.

Обсяг і якість НДР студента оцінюється в залежності від кількості елементів НДРС та успішності їх виконання за таблицями, що наведені нижче.

### Оцінювання 1 рівня науково-дослідної роботи студента

Елементи НДРС	Кількість кредитів			
	1	2	3	Заохочення
Всеукраїнська олімпіада, 1 етап	1,0	0,5	0,25	
Конкурс наукових робіт, 1 етап	1,0	0,5	0,25	
Конференції, семінари, виставки, експедиції, гуртки, семінари	0,25			

Примітка: 1,2,3 –місця переможців конкурсів

### Оцінювання 2 рівня науково-дослідної роботи студента

Елементи НДР	Кількість кредитів			
	1	2	3	заохочення
Всеукраїнська олімпіада, 2 етап	1,5	1,25	1,0	0,5
Конкурс наукових робіт, 2 етап	1,5	1,25	1,0	0,5
Конференції, семінари	0,5			
Публікації*	2,0	1,0	0,5	
Гранти тощо**	2,0	1,0	0,5	

\*Оцінюється рівень публікації: 1 – стаття у провідному зарубіжному фаховому виданні; 2 – стаття у фаховому виданні; 3 – інші публікації, винаходи і ін.

\*\*Оцінюється статус гранту: 1 – міжнародний, 2 – всеукраїнський; 3 – регіональний, міжвузівський, університетський (у т.ч. іменні стипендії).

### ОРГАНІЗАЦІЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

Змістовні модулі	Денна форма				Заочна форма			
	Завдання на СРС	Кількість годин СРС	Форми поточного контролю СРС	Строк проведення (тиждень)	Завдання на СРС	Кількість годин СРС	Форми поточного контролю СРС	Строк проведення (тиждень)
ЗМ-Л1	ПЛЗ	<b>10</b>	УО	1-5				
	ПКР	<b>5</b>	КР	4				
	ВЛМ				ВЛМ	5	ВЛМ	сесія
ЗМ-Л2	ПЛЗ	<b>10</b>	УО	6-10				
	ПКР	<b>5</b>	КР	9				
	ВЛМ				ВЛМ	3	ВЛМ	сесія
ЗМ-Л3	ПЛЗ	<b>10</b>	УО	11-15				
	ПКР	<b>5</b>	КР	14				
	ВЛМ				ВЛМ	5	ВЛМ	сесія
					ПМКР	40	МКР	м/сесія
ЗМ-П1	ПУОП	<b>10</b>	УО	1-5		32		
	ПКР	<b>5</b>	КР	4				
ЗМ-П2	ПУОП	<b>15</b>	УО	6-10		32		
	ПКР	<b>5</b>	КР	9				
ЗМ-П3	ПУОП	<b>15</b>	УО	11-15		30		
	ПКР	<b>5</b>	КР	14		5	АКР	сесія
	ПІ	<b>20</b>	І	16-17		20	І	сесія
<b>Разом:</b>		<b>120</b>						

## ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

### Заочна форма навчання - міжсесійна контрольна робота.

Завдання на міжсесійну контрольну роботу видається викладачем на установчих заняттях під час сесії або співробітником на кафедрі економіки природокористування в будь-якій час, про що робиться запис на титульному аркуші.

Завдання контрольної роботи може бути відправленні на особисту електронну адресу студентів.

Готова міжсесійна контрольна робота здається викладачу, який оцінює його на основі повноти висвітленого матеріалу.

### ОРГАНІЗАЦІЯ ПОТОЧНОГО, СЕМЕСТРОВОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ РІВНЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ

Поточна та підсумкова оцінка рівня знань студентів здійснюється за модульною накопичувальною системою.

Поточний модульний контроль з дисципліни «Менеджмент та маркетинг туризму» передбачений за лекційними змістовними модулями програми ЗМ-Л1, ЗМ-Л2, ЗМ-Л3 та практичними змістовними модулями програми ЗМ-П1, ЗМ-П2, ЗМ-П3.

Методично модульний контроль з *лекційного модуля* проводиться в формі відповідей на запитання та тестових завдань. Кожному студенту видається свій варіант завдання. Результати роботи оформлюються на окремому аркуші відповідно до наступного зразка:

Контрольна робота  
з дисципліни «Менеджмент та маркетинг в туризмі»  
студент групи..... прізвище, ім'я, по батькові студента  
Варіант № \_\_\_\_

1. Запитання  
- відповідь  
.....
20. Запитання  
- відповідь  
Дата

Підпис

Час, що виділяється на виконання тестової контрольної роботи визначається при видачі завдання, залежить від складності завдання і не перевищує 1 академічної години.

Після вивчення лекційного матеріалу, написання контрольних робіт зі змістовних модулів може бути нарахована максимальна кількість балів згідно табл. 1.

Таблиця 1

Розподіл балів за лекційними змістовними модулями

Змістовний модуль	Форма контролю	Максимальна сума балів
ЗМ-Л1	КР1	15
ЗМ-Л2	КР2	15
ЗМ-Л3	КР3	20
Всього		50

Критерії оцінювання в балах тестових контрольних робіт в залежності від кількості

правильних відповідей на запитання наступні:

Визначення	Бали	
	КР1,2	КР3
Відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	13 – 15	17 – 20
Вище середнього рівня з кількома помилками	10 - 12	13 - 16
В загальному правильна робота з певною кількістю грубих помилок	9	12
Непогано, але зі значною кількістю помилок	8	11
Виконання задовольняє мінімальні критерії	7	10
Виконання не задовольняє мінімальні критерії	1 – 6	1 – 9

Методично модульний контроль з *практичного модуля* проводиться в формі письмової контрольної роботи.

За змістовними модулями ЗМ-П1, ЗМ-П2, ЗМ-П3 може бути нарахована максимальна кількість балів згідно табл. 2.

Таблиця 2

Розподіл балів за практичними змістовними модулями

Змістовний модуль	Форма контролю	Максимальна сума балів
ЗМ-П1	КР1	15
ЗМ-П2	КР2	15
ЗМ-П3	КР3	20
Всього		50

Критерії оцінювання в балах контрольних роботи в залежності від якості відповіді на запитання наступні:

Визначення	Бали	
	КР1,2	КР3
Відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	13 – 15	17 – 20
Вище середнього рівня з кількома помилками	10 - 12	13 - 16
В загальному правильна робота з певною кількістю грубих помилок	9	12
Непогано, але зі значною кількістю помилок	8	11
Виконання задовольняє мінімальні критерії	7	10
Виконання не задовольняє мінімальні критерії	1 – 6	1 – 9

Питання про допуск до семестрового іспиту розглядається тільки за умови, якщо студент виконав всі види робіт, передбачені робочою навчальною програмою і набрав за модульною системою суму балів **не менше 50% від максимально можливої за практичну частину (25 балів)**. В іншому випадку студент вважається таким, що не виконав навчального плану дисципліни і не допускається до іспиту.

Формою підсумкового семестрового контролюючого заходу з обов'язкової початкової дисципліни «Менеджмент та маркетинг в туризмі» є письмовий іспит, який проводиться в період заліково-екзаменаційної сесії. Під час іспиту перевіряється засвоєння студентом теоретичного та практичного матеріалу (знань, вмінь та навичок, що зазначені у програмі дисципліни).



При заочній формі навчання, якщо студент виконав всі види робіт поточного контролю (міжсесійні і сесійні), передбачені робочою навчальною програмою дисципліни і набрав суму балів не менше 50% від максимально можливої за дисципліну та своєчасно виконав міжсесійну контрольну роботу і одержує допуск до іспиту.

Для заочної форми навчання студент, який не має на початок заліково-екзаменаційної сесії заборгованості по дисципліні, що завершується іспитом, складає письмовий іспит і накопичена підсумкова оцінка розраховується за формулою:

$$ПО = 0.5 * ОПК + 0.25 * (ОЗЕ + ОМ),$$

Де

ОПК- кількісна оцінка (у відсотках від максимально можливої) заходу підсумкового контролю;

ОЗЕ – кількісна оцінка (у відсотках від максимально можливої) заходів контролю СРС під час проведення аудиторних занять;

ОМ – кількісна оцінка (у відсотках від максимально можливої) заходів контролю СРС у міжсесійний період.

Екзаменаційні білети з дисципліни «Менеджмент та маркетинг туризму» являють собою тестові завдання закритого типу, які потребують від студента вибору правильних відповідей з чотирьох запропонованих у запитанні. Тестові питання кожного екзаменаційного білету формуються по всьому переліку сформованих у навчальній дисципліні знань (в першу чергу базової компоненти), а їх загальна кількість складає 20 завдань. Повна правильна відповідь на 1 тестове завдання оцінюється у **5 балів**. Оцінка успішності виконання студентом цього заходу здійснюється у формі кількісної оцінки (бал успішності) та максимально складає **100 балів**. Перехід від кількісної оцінки до якісної оцінки здійснюється за 4-х бальною системою відповідно до наступної шкали - **за правильну відповідь: на 18-20 тестів (90-100%) – «відмінно»; на 15-17 тестів (74-89%) – «добре»; на 12-14 тестів (60-73%) – «задовільно»; на менш ніж 12 тестів (<60%) – «незадовільно».**

Загальна кількісна оцінка, що отримує студент за підсумками вивчення навчальної дисципліни «Менеджмент та маркетинг туризму» (загальний бал успішності) є **усередненою** між кількісною оцінкою поточних контролюючих заходів та кількісною оцінкою семестрового контролюючого заходу – іспиту. Якщо студент за підсумками іспиту отримав загальну кількісну оцінку менше 50% (від максимально можливої на екзамені), то загальний бал успішності має дорівнювати балу успішності на іспиті.

Таблиця 3

Шкала оцінювання

Бал успішності (у відсотках)	За національною системою		За шкалою ECTS
	для іспиту	для заліку	
90 – 100	5 (відмінно)	зараховано	A
82 – 89,9	4 (добре)	зараховано	B
74 – 81,9	4 (добре)	зараховано	C
64 – 73,9	3 (задовільно)	зараховано	D
60 – 63,9	3 (задовільно)	зараховано	E
35 – 59,9	2 (незадовільно)	не зараховано	FX
1 – 34,9	2 (незадовільно)	не зараховано	F

## Терміни контролю вивчення змістовних модулів (заочна форма навчання)

Змістовний модуль	Теми	Термін
ЗМ-Л1	Система управління та її особливості в туристській індустрії (вивчення лекційного матеріалу)	20 липня
ЗМ-Л2	Особливості управління і організаціях туристської індустрії (вивчення лекційного матеріалу)	20 серпня
ЗМ –Л3	Маркетинг в туризмі (вивчення лекційного матеріалу)	20 вересня
ЗМ-П1	Формування та розвиток теорії управління. Зарубіжний досвід організації управління туристським комплексом. Вітчизняний досвід управління туристським комплексом. Туристський ринок України: проблеми та перспективи. Туристична індустрія як галузь національного господарства	20 липня
ЗМ-П2	Поняття та види організаційних структур управління. Моделі процесу прийняття рішень. Методи управління. Місія та цілі туристської індустрії. Мотивація діяльності персоналу в туризмі.	20 серпня
ЗМ-П3	Поведінка споживачів в індустрії туризму. Планування та організація рекламної кампанії в туризмі. Просування туристичних дестинацій. Виставкова діяльність в туризмі. Особливості маркетингу готельних підприємств	20 вересня

## ЛІТЕРАТУРА

### Основна

1. Менеджмент і маркетинг туризму: навч. Посібник [Афонченкова Т.М., Булюк О.В., Масенко Б.П., та ін.]; за ред. О.Є. Лугіна. – К.: Видавництво Ліра, 2012 – 364 с.
2. Менеджмент туристичної індустрії: навчальний посібник / за ред. проф. І.М. Школи. – Чернівці: ЧТЕІ КНЕУ, 2003. – 662 с.
3. Холловой Дж. К., Тейлор Н. Туристический бизнес: Пер. с 7-го англ. Изд. – К.: Знання, 2007. – 798с.
4. Мальська М.П. Худо В.В. Туристичний бізнес. Підручник. - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 368 с.
5. [www.library-odeku.16mb.com](http://www.library-odeku.16mb.com)
6. <http://www.tourism.gov.ua/> - сайт Державної туристичної Адміністрації

### Додаткова

7. Мальська М.П. Економіка туризму: теорія та практика: підручник / М. П. Мальська, М.Й. Рутинський, С.В. Білоус, Н.Л. Мандюк – К.: «Центр учбової літератури», 2014. – 544 с.
8. Дядечко Л.П., Економіка туристичного бізнесу. Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224с.
9. Котлер Ф., Боуэн Д., Мейкенз Д. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. – М.: ЮНИТИ, 2003. – 1063 с.
10. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии: Пер. с англ. – 4-е изд. – М.; СПб.; К.: Изд. дом «Вильямс», 2005. – 1008 с. : ил.
11. Кіптенко Н.І. Менеджмент туризм у: навчальний посібник. – К.: Академвидав, 2012. – 416 с.
12. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф. Кифяк // Чернівці: Книги ХХІ, 2003. – 300 с.
13. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу: навч. посібн. / М.П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух. – К. 2003. – 252 с.
14. Менеджмент туризма : учебник / А. Д. Чудновский, Н. В. Королев, Е.А. Гаврилова, М. А. Жукова, Н. А. Зайцева. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 576 с.
15. Маркетинг туризма : учебное пособие / И. В. Гончарова, Т. П. Розанова, М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 224 с.
16. Мескон М. Х., Альберт М., Федури Ф. Основы менеджмента. — М.: Дело, 1992.
17. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В. Основы маркетинга: Пер. с англ. – 2-е епроп. изд. – М.; СПб.; К.: Изд. дом «Вильямс», 2006. – 944 с. : ил.