

УМАНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ПАВЛА ТИЧИНИ
Факультет природничої освіти та природокористування
Кафедра географії, геодезії та землеустрою

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Завідувач кафедри



Браславська О. В.

«24» серпня 2023 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Галузь знань 24 Сфера обслуговування

Спеціальність 242 Туризм і рекреація
(шифр і назва спеціальності)

Освітньо-професійна програма Туризм (другий (магістерський) рівень вищої освіти)
(назва освітньої програми)

Умань – 2023

Робоча програма «Стратегія розвитку туристичного бізнесу» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 242 Туризм і рекреація.

Розробник: Браславська О. В., д. пед. н., професор кафедри географії, геодезії та землеустрою

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри географії, геодезії та землеустрою

Протокол № 1 від «24» серпня 2023 року

Завідувач кафедри



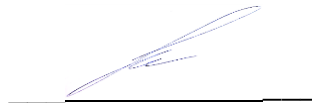
Браславська О. В.

Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні науково-методичної комісії Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти

Протокол № 1 від «24» серпня 2023 року

Голова науково-методичної комісії
Навчально-наукового інституту

економіки та бізнес-освіти



Пачева Н. О.

Пролонговано:

На 20_/20_ н.р. _____ (_____) «_» _____ 20__ р., протокол №

На 20_/20_ н.р. _____ (_____) «_» _____ 20__ р., протокол №

На 20_/20_ н.р. _____ (_____) «_» _____ 20__ р., протокол №

На 20_/20_ н.р. _____ (_____) «_» _____ 20__ р., протокол №

На 20_/20_ н.р. _____ (_____) «_» _____ 20__ р., протокол №

1. Опис навчальної дисципліни

| | Характеристика дисципліни за формами навчання | |
|--|---|------------|
| | денна | заочна |
| Вид дисципліни (обов'язкова чи вибіркова) | Нормативна | Нормативна |
| Мова викладання навчання та оцінювання | українська | українська |
| Загальний обсяг у кредитах ЄКТС/ годинах | 5/150 | 5/150 |
| Курс | I | I |
| Семестр | 1 | 1 |
| Кількість змістовних модулів з розподілом: | 2 | 2 |
| Аудиторні: | 48 | 14 |
| Лекційні | 22 | 6 |
| Семінарські/Практичні | 26 | 8 |
| Лабораторні | | |
| Самостійна робота | 102 | 136 |
| Індивідуальні завдання | | |
| Форма семестрового контролю | екзамен | екзамен |

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою дисципліни є формування у студентів знань щодо сутності і можливостей стратегічного розвитку підприємств туристичної сфери, ознайомлення з сучасними методами і прийомами роботи в умовах галузевої конкуренції, набуття практичних навичок використання методик стратегічного аналізу, розроблення стратегій діяльності і засобів їх реалізації організаціями різних форм власності і масштабів діяльності, вміння використовувати необхідний інструментарій стратегічного менеджменту в конкретній ситуації при розробленні управлінських рішень.

Основними завданнями вивчення дисципліни є:

Інтегральна компетентність. Здатність розв'язувати складні задачі дослідницького та/або інноваційного характеру у сфері туризму і рекреації.

Загальні компетентності.

ЗК1. Здатність до організації, планування, прогнозування результатів діяльності.

ЗК 6. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 7. Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

Спеціальні (фахові) компетентності.

СК3. Здатність до управління туристичним процесом у публічному секторі, в туристичній дестинації, туристичному підприємстві на різних ієрархічних рівнях.

СК5. Здатність оперувати інструментами збору, обробки інформації, аналізувати та управляти туристичною інформацією.

СК6. Здатність до аналізу, прогнозування, планування бізнес-процесів та геопросторового планування у сфері туризму та рекреації.

3. Результати навчання за дисципліною

Очікувані результати навчання:

РН4. Проводити аналіз геопросторової організації туристичного процесу, проектувати його стратегічний розвиток на засадах сталості.

РН6. Аналізувати та оцінювати діяльність суб'єктів туристичного ринку, планувати результати їх стратегічного розвитку.

РН8. Управляти процесами в суб'єктах індустрії туризму та рекреації на різних ієрархічних рівнях, які є складними, непередбачуваними і потребують нових стратегічних підходів.

РН12. Аналізувати, формулювати і реалізовувати національну та регіональну туристичну політику, вдосконалювати механізми управління туристичними DESTINATIONAMI на національному, регіональному та локальному рівнях.

4. Програма навчальної дисципліни

Змістовний модуль I.

Тема 1. Стратегія розвитку підприємства: поняття, еволюція концепції. Формування місії та цілей підприємства

Еволюція концепції стратегії розвитку підприємства. Становлення та розвиток теорії стратегії підприємства. Сутність стратегії. Види стратегій. Зміст місії підприємства. Стратегічне бачення як осмислення місця своєї компанії на ринку товарів та послуг при розробці концепції її довготермінового розвитку. Стратегічне бачення як сценарії розвитку компанії. Визначення місії підприємства. Аналіз середовища. Класифікація та ранжування цілей підприємства. Кількісні і якісні цілі. Вимоги до цілей. Цілі, що базуються на індивідуальній та колективній відповідальності за прийняте рішення. Форми прийняття даних цілей. Стратегічна прогалина.

Тема 2. Стратегічний контекст діяльності підприємства. Особливості стратегічного аналізу туристичного підприємства

Сутність стратегічного контексту підприємства. Характерні особливості стратегічного контексту підприємства. Внутрішні і зовнішні фактори розвитку. Поняття «Стратегічний набір» та вимоги що висуваються до стратегічного набору. Стратегія як головний елемент перспективного управління підприємством. Конкурентна стратегія. Ознаки, зміст та перелік типових стратегічних рішень. Конкурентні переваги і концепція стратегічних груп. Концепція стратегічних груп у конкурентному середовищі.

Тема 3. Оцінювання зовнішнього та внутрішнього середовища туристичного підприємства

Сутність стратегічного аналізу. Поняття про загальне та операційне середовище підприємств. Політичні, економічні, соціальні, правові, технологічні, структурні компоненти загального середовища. Стратегічний аналіз. Зовнішнє середовища підприємства побічного (непрямого) впливу. Модель «галузевої

структури». Модель «пізнавальних систем» (прийняття рішень). Модель «сфери дії організації». Модель «ієрархічної структури» зовнішнього середовища. Ієрархічна модель середовища. Концепція «ієрархічності» зовнішнього середовища. «Екологічна модель». Оцінювання зовнішнього середовища прямого впливу. Загальна характеристика галузі. Привабливість галузі. Споживачі. Попит. Сегмент ринку. Аналіз попиту споживачів. Постачальники. Аналіз конкуренції. Потенційні конкуренти. Партнери. Організації-регулятори.

Тема 4. Аналіз стратегічного потенціалу туристичного підприємства

Складові стратегічного потенціалу. Потенціал підприємства. Функціональна структуризація потенціалу підприємства. Блоково-модульна структуризація потенціалу підприємства. Оцінювання стратегічного потенціалу підприємства. Види ресурсів стратегічного потенціалу. Структура стратегічного потенціалу. Методики оцінювання стратегічного потенціалу підприємства. Система показників для визначення можливостей розвитку потенціалу вітчизняних підприємств. SWOT-аналіз та його роль в оцінці стратегічного потенціалу підприємства. Оцінка сильних та слабких сторін підприємства. Кількісна та якісна характеристика ресурсів. Класифікація ресурсів з погляду сильних і слабких сторін фірми. Сутність категорії "конкурентоспроможність". Конкурентні переваги підприємства (зовнішні та внутрішні, низького та вищого порядку). Конкурентоспроможність підприємства і продукції. Відмінності даних понять. Аналіз конкурентних переваг продукції підприємства з позиції забезпечення споживчої цінності товару. Матриця конкурентного профілю. Ефект синергізму, його сутність і типи. Переваги синергізму для стратегічних бізнес-одиниць. Синергізм організації виробництва (оперативний синергізм). Синергізм продажу. Інвестиційний синергізм. Синергізм менеджменту.

Тема 5. Стратегії туристичного бізнесу

Поняття, призначення і зміст стратегій бізнесу підприємства, специфіка та порядок їх формування. Поняття бізнес стратегії. Алгоритм розробки бізнес-стратегії. Типи стратегій бізнесу підприємства та їх характеристика. Стратегічне позиціонування фірми. Класифікаційні ознаки стратегій бізнесу підприємства. Напрямки формування та типи конкурентної бізнес-стратегії.

Тема 6. Стратегії диверсифікації діяльності туристичного підприємства

Сутність стратегії диверсифікації діяльності підприємства. Основні методи реалізації стратегії диверсифікації. Фактори вибору стратегії диверсифікованого зростання. Переваги і ризики вузькоспеціалізованих підприємств. Умови доцільності переходу підприємства до диверсифікації. Критерії щодо оцінки диверсифікації. Сутність поглинання вже існуючої фірми. Чинники доцільності створення нового підприємства у обраній галузі. Переваги та недоліки створення спільних підприємств для входження до галузі. Види диверсифікації діяльності підприємства. Стратегія зв'язаної (концентричної) диверсифікації. Реалізація зв'язаної диверсифікації у вертикальній (прямий і зворотний напрями) і горизонтальній площинах. Стратегія горизонтальної зв'язаної диверсифікації. Стратегія незв'язаної (конгломератної) диверсифікації. Похідні стратегії диверсифікації підприємства. Стратегія входження в нову галузь, стратегія

диверсифікації у споріднені галузі, стратегія диверсифікації у неспоріднені галузі, стратегія відновлення та економії, стратегія реструктуризації, стратегія ліквідації.

Тема 7. Стратегії зовнішнього розвитку туристичного підприємства

Стратегії зовнішнього розвитку. Можливості зростання підприємства у межах галузі. Стратегії горизонтальної та вертикальної інтеграції, умови їх застосування, переваги та недоліки. Використання стратегії диверсифікації як можливості зовнішнього зростання. Стратегії підприємства на зовнішніх ринках. Фактори, що впливають на стратегії виходу на зовнішні ринки. Характеристики, що властиві міжнародній діяльності. Типи міжнародних стратегій. Переваги і недоліки мультинаціональної стратегії.

Тема 8. Корпоративна стратегія розвитку туристичного підприємства

Сутність, принципи та особливості корпоративних стратегій підприємства. Сутність корпоративної стратегії. Принципи формування корпоративної стратегії. Компоненти корпоративної стратегії. Основні чинники забезпечення корпоративної стратегії. Головні напрями корпоративної стратегії. Види корпоративної стратегії. Основні стратегії диверсифікованого підприємства: стратегії згортання і ліквідації; стратегії реструктурування, відновлення та економії; стратегії багатонаціональної диверсифікації, комбіновані стратегії.

Тема 9. Стратегія міжнародної активності компанії

Цілі участі фірм у зовнішньоекономічній діяльності: збільшення потенційного попиту; зниження комерційного ризику; продовження життєвого циклу фірми, технологій, товарів; захист від конкурентів; зниження виробничих витрат. Форми участі у зовнішньоекономічній діяльності: експорт продукції; прямі інвестиції; створення автономної філії; заснування транснаціональної компанії або участь в ній; спільне підприємство; іноземне ліцензування технологій. Особливості стратегії конкуренції на міжнародних ринках. Фактори, що впливають на міжнародні стратегії: вартісні відмінності між країнами; коливання обмінних курсів; урядова торгова політика; загальна картина міжнародної конкуренції. Види міжнародних стратегій: глобальна стратегія низьких витрат; глобальна стратегія диверсифікації продукції; розвиток каналів збуту даного сегмента ринку; фокусування на певних сегментах ринку; надання прав на використання технологічних ноу-хау, патентів; експорт продукції та розповсюдження її на ринку країни. Глобальна стратегія та конкурентна перевага. Діяльність з розміщення координування і стратегічних дій. Поділ міжнародних фірм на чотири групи конкурентів та вироблення своєї поведінки до кожної з них. Сила мультинаціональних стратегій порівняно з глобальними. Переваги та недоліки мультинаціональних стратегій. Особливості застосування мультинаціональних стратегій в країнах із значними урядовими торговими обмеженнями.

Тема 10. Стратегічні аспекти у функціональних сферах діяльності туристичного підприємства

Функції вищого керівництва підприємства при розробці стратегії. Методи прийняття стратегічних рішень. Механізм розробки стратегії залежно від структури управління підприємством. Види функціональних стратегій та основні

елементи організації їх розробки. Види та зміст типових функціональних стратегій: зміст та структура стратегії маркетингу, види стратегії маркетингу; зміст та структура виробничої стратегії, аспекти виробничої стратегії; зміст та структура стратегії НДДКР; зміст та структура технологічної стратегії; зміст та структура фінансовоінвестиційної стратегії; зміст та структура кадрової стратегії; зміст та структура екологічної стратегії.

Тема 11. Сучасний стан та перспективи розвитку стратегічного управління туристичним підприємством в Україні

Особливості стратегічного підходу в управлінні українськими підприємствами на сучасному етапі. Призначення стратегічного управління, його особливості. Прояви відсутності стратегічної спрямованості на підприємствах. Етапи становлення системи стратегічного управління. Особливості перспективного планування на вітчизняних підприємствах. Формування системи стратегічного управління. Сутність терміну "система стратегічного управління". Чинники, що впливають на формування системи стратегічного управління. Визначальне значення діючої системи управління. Формування необхідного управлінського потенціалу.

5. Структура навчальної дисципліни

| № з/п | Назви змістових модулів і тем | Кількість годин | | | | | | | | | |
|----------------------|--|-----------------|--------------|-----------|------------|-----|--------|--------------|----------|----------|------------|
| | | денна форма | | | | | | Заочна форма | | | |
| | | усього | у тому числі | | | | усього | у тому числі | | | |
| | | | л | п | с.р. | інд | | л | п | с.р. | інд |
| Змістовний модуль I | | | | | | | | | | | |
| 1. | Тема 1. Стратегія розвитку підприємства: поняття, еволюція концепції. Формування місії та цілей підприємства | 12 | 2 | 2 | 8 | | | 3 | 4 | 12 | |
| 2. | Тема 2. Стратегічний контекст діяльності підприємства. Особливості стратегічного аналізу туристичного підприємства | 12 | 2 | 2 | 8 | | | | | 12 | |
| 3. | Тема 3. Оцінювання зовнішнього та внутрішнього середовища туристичного підприємства | 12 | 2 | 2 | 8 | | | | | 12 | |
| 4. | Тема 4. Аналіз стратегічного потенціалу туристичного підприємства | 12 | 2 | 2 | 8 | | | | | 12 | |
| 5. | Тема 5. Стратегії туристичного бізнесу | 12 | 2 | 2 | 8 | | | | | 12 | |
| | Разом за змістовим модулем I | 60 | 10 | 10 | 40 | | | 46 | 3 | 4 | 60 |
| Змістовний модуль II | | | | | | | | | | | |
| 6. | Тема 6. Стратегії диверсифікації діяльності туристичного підприємства | 16 | 2 | 4 | 10 | | | 3 | 4 | 12 | |
| 7. | Тема 7. Стратегії зовнішнього розвитку туристичного підприємства | 14 | 2 | 2 | 10 | | | | | 12 | |
| 8. | Тема 8. Корпоративна стратегія розвитку туристичного підприємства | 16 | 2 | 4 | 10 | | | | | 13 | |
| 9. | Тема 9. Стратегія міжнародної активності компанії | 14 | 2 | 2 | 10 | | | | | 13 | |
| 10 | Тема 10. Стратегічні аспекти у функціональних сферах діяльності туристичного підприємства | 15 | 2 | 2 | 11 | | | | | 13 | |
| 11 | Тема 11. Сучасний стан та перспективи розвитку стратегічного управління туристичним підприємством в Україні | 15 | 2 | 2 | 11 | | | | | 13 | |
| | Разом за змістовим модулем II | 90 | 12 | 16 | 62 | | | 44 | 3 | 4 | 76 |
| | Всього годин | 150 | 22 | 26 | 102 | | | 120 | 6 | 8 | 136 |

6. Теми семінарських занять

| № з/п | Назва теми | Кількість | годин |
|-------|--|-----------|----------|
| | | денна | заочна |
| 1 | Стратегія розвитку підприємства: поняття, еволюція концепції. | 2 | 2 |
| 2 | Формування місії та цілей підприємства. | 2 | |
| 3 | Стратегічний контекст діяльності підприємства. | 2 | |
| 4 | Особливості стратегічного аналізу туристичного підприємства. | 2 | |
| 5 | Оцінювання зовнішнього та внутрішнього середовища туристичного підприємства | 2 | 2 |
| 6 | Аналіз стратегічного потенціалу туристичного підприємства | 2 | |
| 7 | Стратегії туристичного бізнесу | 2 | |
| 8 | Стратегії диверсифікації діяльності туристичного підприємства | 2 | 2 |
| 9 | Стратегії зовнішнього розвитку туристичного підприємства | 2 | |
| 10 | Корпоративна стратегія розвитку туристичного підприємства | 2 | 2 |
| 11 | Стратегія міжнародної активності компанії | 2 | |
| 12 | Стратегічні аспекти у функціональних сферах діяльності туристичного підприємства | 2 | |
| 13 | Сучасний стан та перспективи розвитку стратегічного управління туристичним підприємством в Україні | 2 | |
| | Разом | 26 | 8 |

7. Теми лабораторних занять

Лабораторні заняття не передбачено навчальним планом

8. Самостійна робота

Для опанування матеріалу дисципліни окрім лекційних та семінарських занять, тобто аудиторної роботи, значну увагу слід приділяти самостійній роботі здобувачів вищої освіти (СРС).

Основні види СРС при вивченні дисципліни «Управління якістю туристичних послуг»:

- опрацювання та конспектування додаткової літератури, рекомендованої викладачем під час викладу лекцій;
- підготовку термінологічного словника з базовими категоріями та поняттями;
- самостійний пошук інформації в бібліотеках та в мережі Інтернет для підготовки до практичних занять;
- виконання індивідуального завдання.

| № з/п | Назва теми | Кількість | годин |
|-------|---|------------|------------|
| | | денна | заочна |
| 1 | Стратегія розвитку підприємства: поняття, еволюція концепції. Формування місії та цілей підприємства. | 8 | 12 |
| 2 | Стратегічний контекст діяльності підприємства. Особливості стратегічного аналізу туристичного підприємства. | 8 | 12 |
| 3 | Оцінювання зовнішнього та внутрішнього середовища туристичного підприємства | 8 | 12 |
| 4 | Аналіз стратегічного потенціалу туристичного підприємства | 8 | 12 |
| 5 | Стратегії туристичного бізнесу | 8 | 12 |
| 6 | Стратегії диверсифікації діяльності туристичного підприємства | 10 | 12 |
| 7 | Стратегії зовнішнього розвитку туристичного підприємства | 10 | 12 |
| 8 | Корпоративна стратегія розвитку туристичного підприємства | 10 | 13 |
| 9 | Стратегія міжнародної активності компанії | 10 | 13 |
| 10 | Стратегічні аспекти у функціональних сферах діяльності туристичного підприємства | 11 | 13 |
| 11 | Сучасний стан та перспективи розвитку стратегічного управління туристичним підприємством в Україні | 11 | 13 |
| | Разом | 102 | 136 |

9. Індивідуальні навчально-дослідні завдання

Під час вивчення дисципліни здобувачі вищої освіти виконують індивідуальне навчально-дослідне завдання.

Індивідуальне навчально-дослідне завдання (далі ІНДЗ) необхідне для систематизації, закріплення теоретичних знань і набуття практичних навичок. ІНДЗ дозволяє опанувати здобувачами вищої освіти необхідними навичками при рішенні конкретних практичних завдань.

Цілями виконання ІНДЗ є: закріплення, поглиблення й узагальнення знань, отриманих здобувачами вищої освіти на теоретичних і практичних заняттях.

При виконанні ІНДЗ здобувач вищої освіти повинен продемонструвати вміння в сфері навчально-дослідної діяльності, уміння аналізу і синтезу інформаційних матеріалів по темі.

ІНДЗ виконується самостійно із проведенням консультацій викладачем дисципліни відповідно до графіка навчального процесу та оприлюдненні результатів під час проведення підсумкового практичного заняття по дисципліні.

10. Методи навчання

При вивченні дисципліни використовують такі методи навчання:

Лекція — інформативно-доказовий виклад великого за обсягом, складного за логічною побудовою навчального матеріалу. Читання лекцій передбачає ретельну підготовку викладача: визначення мети, складання чіткого плану, добір теоретичного й наочного матеріалу, логічний і послідовний виклад інформації.

Навчальна дискусія — (розгляд, дослідження) — діалог, обговорення певного питання. Базується на обміні думками між здобувачами вищої освіти, й викладачами, що вчить їх мислити самостійно, сприяє розвитку аналітичних навичок. Навчає мислити самостійно, розвиває здатність до виваженої аргументації та поважання думки інших.

Робота з підручником. Ця робота полягає в самостійному опрацюванні здобувачами вищої освіти друкованого тексту, що дає їм змогу глибоко осмислити навчальний матеріал, закріпити його, виявити самостійність у навчанні. Самостійна робота здобувачів вищої освіти з підручником – один з найважливіших методів набуття систематичних, міцних і ґрунтовних знань.

Практичні методи навчання. Використовують для безпосереднього пізнання дійсності, поглиблення знань, формування вмінь і навичок. До них належать практичні роботи.

Практичні (семінарські роботи) передбачають безпосереднє використання знань здобувачів вищої освіти у суспільно корисній праці (заміряння, зіставляння, визначення ознаки та властивостей явищ, формулювання висновків)

Метод пізнавальних ігор. Сприяє створенню емоційно-піднесеної атмосфери, засвоєнню матеріалу за допомогою емоційно насиченої форми його відтворення. Пізнавальні ігри (ділові, рольові, ситуативні) моделюють життєві ситуації, стосунки людей, взаємодію речей, явищ. Вони можуть бути основною або допоміжною формою навчального процесу.

11. Методи контролю

Поточне оцінювання під час семінарських занять, контрольна робота, ситуаційні задачі, оцінка за реферат, тестовий контроль.

Навчальні дослідження здобувача вищої освіти з усіх видів виконаних робіт оцінюються кількісно відповідно до шкали, наведеної у «Положенні про організацію навчального процесу» в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини.

12. Критерії оцінювання результатів навчання

| Сума балів за 100-бальною шкалою | Оцінка в ECTS | Значення оцінки ECTS | Критерії оцінювання | Рівень компетентості | Оцінка за національною шкалою | |
|----------------------------------|---------------|--|--|---------------------------------------|-------------------------------|---------------|
| | | | | | екзамен | залік |
| 90-100 | A | відмінно | Здобувач вищої освіти виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно здобувати знання, без допомоги викладача знаходить та опрацьовує необхідну інформацію, вміє використовувати набуті знання і вміння для прийняття рішень у нестандартних ситуаціях, переконливо аргументує відповіді, самостійно розкриває власні обдарування і нахили | Високий (творчий) | відмінно | |
| 82-89 | B | дуже добре | Здобувач вищої освіти вільно володіє вивченим обсягом матеріалу, застосовує його на практиці, вільно розв'язує вправи і задачі у стандартних ситуаціях, самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких незначна | Достатній (конструктивно варіативний) | добре | зараховано |
| 75-81 | C | добре | Здобувач вищої освіти вміє зіставляти, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача; в цілому самостійно застосовувати її на практиці; контролювати власну діяльність; виправляти помилки, серед яких є суттєві, добирати аргументи для підтвердження думок | | | |
| 69-74 | D | задовільно | Здобувач вищої освіти відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень; з допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, виправляти помилки, серед яких є значна кількість суттєвих | Середній (репродуктивний) | задовільно | |
| 60-68 | E | достатньо | Здобувач вищої освіти володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні | | | |
| 35-59 | FX | незадовільно з можливістю повторного складання семестрового контролю | Здобувач вищої освіти володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу | Низький (рецептивно-продуктивний) | не задовільно | не зараховано |
| 1-34 | F | незадовільно з обов'язковим повторним вивченням залікового кредиту | Здобувач вищої освіти володіє матеріалом на рівні елементарного розпізнання і відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів | | | |

13. Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

| ЗМ 1 | | | | | | ЗМ2 | | | | | | | ІНДЗ | Підсумковий контроль | Сума |
|------|----|----|----|----|----|-----|----|----|-----|-----|-----|-----|------|----------------------|------|
| T1 | T2 | T3 | T4 | T5 | T6 | T7 | T8 | T9 | T10 | T11 | T12 | T13 | | | |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 15 | 20 | 100 |

T1, T2 ... T10 – теми розділів.

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

| Оцінка національна | Оцінка ЄКТС | Визначення | Рейтинг за шкалою ЗВО |
|--------------------|-------------|---|-----------------------|
| Відмінно | A | Відмінно – відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок | 90–100 |
| Добре | B | Дуже добре – вище середнього рівня з кількома помилками | 82–89 |
| | C | Добре – в загальному правильна робота з певною кількістю помилок | 75–81 |
| Задовільно | D | Задовільно – непогано, але із значною кількістю недоліків | 69–74 |
| | E | Достатньо – виконання задовольняє мінімальні критерії | 60–68 |
| Незадовільно | FX | Незадовільно – потрібно працювати перед повторним складанням заліку | 35–59 |
| | F | Незадовільно – необхідна серйозна подальша робота з обов'язковим повторним курсом | 1–34 |

14. Рекомендована література

Основна:

1. Березін, О. В. Управління проектами : навч. посіб. / О. В. Березін, М. Г. Безпарточний. Суми : Університетська книга, 2023. 271 с.
2. Білоусов О.М. Менеджмент туристичної галузі : підручник / О.М. Білоусов, О.Є. Лугінін, О.С. Морозова, Л.В. Соколова. Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2017. 580 с.
3. Горіна Г. О. Державне управління туристичною діяльністю : навчальний посібник. Кривий Ріг, ДонНУЕТ, 2021. 110 с.
4. Грибова Д. В., Збарський В. К., Талавиря М. П., Охріменко І. В., Хомів Н.Й., Ярема Л. В. Стратегія розвитку туристичної галузі в Україні: монографія. Київ. ЦП «КОМПРИНТ», 2022. 453 с.
5. Іванова В. В. Планування і контроль на підприємстві : навч. посіб. Вид. 2-ге, стер. Суми : Університетська книга, 2023. 442 с.
6. Кислюк, Л. В. Стратегічний маркетинг : конспект лекцій. 2-ге вид. Київ : Кондор, 2023. 171 с.
7. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями : підручник / Н. В. Корж, Д. І. Басюк. – Вінниця: «ППК«ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с.
8. Летуновська Н. Є., Люльов О. В. Маркетинг у туризмі : підручник. Суми : Сумський державний університет, 2020. 270 с.
9. Мальська М. П. Іміджологія та PR у туризмі : підручник / Марта Мальська, Наталія Паньків ; МОН України, Львівський нац. ун-т імені Івана Франка, Географічний ф-т, Каф. туризму. Київ : Каравела, 2023. 245с.
10. Мальська М. П. Туристично-ресурсний потенціал території : підруч. для студ. спец. 242 «Туризм» / Марта Мальська, Наталія Паньків ; МОН України, Львівський нац. ун-т імені Івана Франка. Київ : Каравела, 2022. 533с.
11. Сумець О. М. Стратегічний менеджмент : підручник / О. М. Сумець ; МВС України, Харків. нац. ун-т внутр. справ, Кременч. льот. коледж. Харків : ХНУВС, 2021. 208 с.
12. Сумець О. М. Стратегічний менеджмент : підручник. Харків : ХГУВС, 2021. 208 с.
13. Тарасюк Г. М. Бізнес-план: розробка, обґрунтування та аналіз : рек. МОН України як навч. посіб. для студ. ВНЗ / МОН України. Київ : Каравела, 2023. 279с.
14. Ярьоменко С. Г. Туристичні ресурси України : навчальний посібник. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2021. 472 с.