**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**«Стратегічний розвиток підприємств туристичної сфери»**



|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | |  |  | | --- | --- | | **Ступінь освіти** | Бакалавр | | **Освітня програма** | «Туризм» | | **Загальний обсяг** | 6 кредитівЄКТС | | **Тривалість викладання** | 8-й семестр | | **Обсяг навчальних занять** | 180 годин | | **у т.ч. аудиторні заняття**  **на тиждень** | 7годин на тиждень | | **лекції** | 4 години | | **практичні** | 3 години | | **Мова викладання** | українська | |

**Кафедра, що викладає:** Туризму та економіки підприємства

**Сторінка курсу в ДО НТУ «ДП»:**https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=4716

**Консультації:** за окремим розкладом, погодженим зі здобувачами вищої освіти.

**Онлайн-консультації:** електронна пошта

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Герасименко Тетяна Володимирівна, (лекції та практичні)**  доцент кафедри,доцент, кандидат геологічних наук |
| **Персональна сторінка:**  <http://ep.nmu.org.ua/ua/kaf/gerasimenko.php> |
| **E-mail:**  [herasymenko. T.V.@nmu.one](mailto:herasymenko.%20T.V.@nmu.one) |

**1. Анотація до курсу**

Навчальна дисципліна «Стратегічний розвиток підприємств туристичної сфери» є розглядає концептуальні основи сутності стратегії розвитку, методології її побудови та критерії оцінки її ефективності. Наведено види стратегій розвитку та загальну характеристику стратегічного набору сучасного туристичного підприємства. Визначені фактори, які впливають на формування загальної (корпоративної) та конкурентної стратегій розвитку туристичного підприємства, розкрито сутність та значення забезпечувальних стратегій туристичного підприємства. Приділено увагу аспектам методології прийняття рішень стосовно реалізації стратегії розвитку туристичного підприємства.

**2. Мета та завдання навчальної дисципліни**

**Мета викладання курсу «Стратегічний розвиток підприємств туристичної сфери»** – розкриття 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.

**3. Результати навчання:**

– оцінювати туристсько-рекреаційний потенціал територій й визначати перспективу його використання для організації різних видів відпочинку й туризму;

– формувати стратегії розвитку туристичного бізнесу на основі оцінки туристсько-рекреаційного потенціалу територій;

– аналізувати системи стратегічного управління туристичного підприємства;

– приймати обґрунтовані операційні та стратегічні рішення з урахуванням процесів і технологій організації роботи суб’єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем;

– володіти методами аналізу для формування найбільш ефективної стратегії розвитку суб’єкта туристичного бізнесу із застосуванням сучасного інструментарію;

– володіти методами планування та прогнозування процесів, що забезпечать вибір найбільш ефективної стратегії розвитку з альтернативний варіантів;

– застосовувати набуті знання для постановки завдань щодо формування стратегії розвитку підприємства;

– застосовувати набуті знання для постановки та розв’язання завдань щодо обґрунтування управлінських рішень на основі оцінювання зовнішнього та внутрішнього середовища туристичного підприємства.

**4. Структура курсу**

|  |
| --- |
| **ЛЕКЦІЙНІ ЗАНЯТТЯ** |
| **Модуль 1. Загальна характеристика «стратегічного набору розвитку підприємства»** |
| Тема 1. Стратегія розвитку підприємства: поняття, еволюція концепції. Формування місії та цілей підприємства |
| Тема 2. Стратегічний контекст діяльності підприємства. Особливості стратегічного аналізу туристичного підприємства |
| Тема 3. Оцінювання зовнішнього та внутрішнього середовища туристичного підприємства |
| Тема 4. Аналіз стратегічного потенціалу туристичного підприємства |
| Тема 5. Стратегії бізнесу туристичного підприємства |
| Тема 6. Стратегії диверсифікації діяльності туристичного підприємства |
| Тема 7. Стратегії зовнішнього розвитку туристичного підприємства |
| **Модуль 2. Вибір та реалізація стратегії розвитку туристичного підприємства** |
| Тема 8. Корпоративна стратегія розвитку туристичного підприємства |
| Тема 9. Методи формування стратегії розвитку туристичного підприємства |
| Тема 10. Альтернативність у стратегічному виборі |
| Тема 11. Декомпонування корпоративної стратегії |
| Тема 12. Загальна характеристика функціональної стратегії |
| Тема 13. Стратегічні аспекти у функціональних сферах діяльності туристичного підприємства |
| Тема 14. Сучасний стан та перспективи розвитку стратегічного управління туристичним підприємством в Україні |
| **ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ** |
| 1. Стратегія підприємства: поняття, еволюція концепції. |
| 2. Прогнозування: зміст, функції, методика складання прогнозів. |
| 3. Планування діяльності туристичного підприємства. |
| 4. Стратегічне планування на рівні туристичного підприємства. |
| 5. Аналіз досліджень зовнішнього і внутрішнього середовища туристичного підприємства. |
| 6. Формування стратегії розвитку туристичного підприємства. |
| 7. Перспективи розвитку стратегічного управління туристичним підприємством в Україні |

**5. Технічне обладнання та/або програмне забезпечення**

На лекційних заняттях обов’язково мати з собою ґаджети з можливістю підключення до Інтернету. Технічні засоби навчання.Дистанційна платформа Мoodlе.

**6. Оцінювання результатів навчання**

Сертифікація досягнень студентів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об’єктивних критеріях відповідно до «Положення про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти НТУ «Дніпровська політехніка»»,<https://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us_documents/Regulations_on_evaluation_of_educational_results.pdf>

Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання студента за дисципліною.

**6.1. Шкали**

Оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП» здійснюється за рейтинговою (100-бальною) та інституційною шкалами. Остання необхідна (за офіційною відсутністю національної шкали) для конвертації (переведення) оцінок мобільних студентів.

**Шкали оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП»**

|  |  |
| --- | --- |
| Рейтингова | Інституційна |
| 90…100 | відмінно / Excellent |
| 74…89 | добре / Good |
| 60…73 | задовільно / Satisfactory |
| 0…59 | незадовільно / Fail |

Кредити навчальної дисципліни зараховуються, якщо студент отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації.

6.2. Здобувачі вищої освіти можуть отримати підсумкову оцінку з навчальної дисципліни на підставі поточного оцінювання знань за умови, якщо набрана кількість балів з поточного тестування та самостійної роботи складатиме не менше 60 балів.

Поточна успішність складається з успішності за дві контрольні роботи (кожна максимально оцінюється у 40 балів), оцінок за виконання індивідуальної самостійноїроботи (20 балів). Отримані бали за контрольні роботи та індивідуальної самостійної роботи додаються і є підсумковою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни. Максимально за поточною успішністю здобувач вищої освіти може набрати 100 балів.

|  |  |
| --- | --- |
| **Підсумкове оцінювання (якщо здобувач вищої освіти набрав менше 60 балів та/або прагне поліпшити оцінку)** | Екзаменвідбувається у формі письмової роботи, білети являють 5 тестових запитань, 1 відкрите запитання, 2 ситуаційних завдання.  Кожний тест має один правильний варіант відповіді. Правильна відповідь на запитання тесту оцінюється у 5 балів.  Правильна відповідь на відкрите запитання оцінюється у 15 балів. Правильно розв’язанеситуаційне завдання оцінується в 30 балів. Відкрите запитання та ситуаційне завдання оцінюються шляхом співставлення з еталонними відповідями.  Максимальна кількість балів за екзамен: 100 |
| **Практичні заняття** | Індивідуальне самостійне завдання, яке носить розрахунковий характер, результати виконання студенти захищають у форматі презентації. |
| **Контрольні роботи** | Охоплюють матеріали лекційного курсу. Містять тести та ситуаційні завдання.Кожна максимально оцінюється у 40 балів. |

6.3. Критерії оцінювання ***письмової контрольної роботи***:

5 тестових завдань з чотирма варіантами відповідей, 1 правильна відповідь оцінюється у 5 балів.

Відкрите питання – 1 правильна відповідь оцінюється в 15 балів, причому:

**10 балів** – повна відповідність еталону, наведення прикладів з додаткової літератури

**8-9 балів** – відповідність еталону, припускаються незначні помилки в граматиці та/або орфографії.

**6-7 балів**– відповідь в цілому відповідає еталону із незначними зауваженнями, помилки в граматиці та/або орфографії,

**4-5 балів** – відповідність еталону із зауваженнями, помилки в структурі відповіді;

**2-3 бали** – зміст відповіді має стосунок до предмету запитання, проте не відповідає еталону, містить суттєві граматичні та орфографічні помилки, які ускладнюють розуміння тексту або викривляють зміст повідомлення.

**1 бал** – наявність текстової відповіді, яка не відповідає еталону, та/або не має стосунку до предмету запитання, містить суттєві граматичні та орфографічні помилки, які ускладнюють розуміння тексту або викривляють зміст повідомлення.

Ситуаційне завдання – 1 правильно розв’язанеситуаційне завдання оцінюється в 30 балів, причому:

– правильне розв’язання ситуаційного завданняповна відповідність еталону – 30 балів;

– розв’язання з незначними помилками– 25 балів;

– розв’язання зі значними помилками – 15 балів;

– розв’язання з помилками в методиці– 10-5 балів;

– відсутність розв’язку - 0 балів.

**7. Політика курсу**

**7.1 Політика щодо академічної доброчесності**

Академічна доброчесність здобувачів вищої освіти є важливою умовою для опанування результатами навчання за дисципліною і отримання задовільної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Академічна доброчесність базується на засудженні практик списування (виконання письмових робіт із залученням зовнішніх джерел інформації, крім дозволених для використання), плагіату (відтворення опублікованих текстів інших авторів без зазначення авторства), фабрикації (вигадування даних чи фактів, що використовуються в освітньому процесі). Політика щодо академічної доброчесності регламентується «Положенням про систему запобігання та виявлення плагіату у Національному технічному університеті «Дніпровська політехніка»», <http://surl.li/alvis>та Кодексом академічної доброчесності Національного технічного університету «Дніпровська політехніка», <http://surl.li/alneb>У разі порушення здобувачем вищої освіти академічної доброчесності (списування, плагіат, фабрикація), робота оцінюється незадовільно та має бути виконана повторно. При цьому викладач залишає за собою право змінити тему завдання.

**7.2 Комунікаційна політика**

Здобувачі вищої освіти повинні мати активовану університетську пошту. Обов’язком здобувача вищої освіти є перевірка один раз на день (щодня) поштової скриньки на Офіс365 та відвідування групи у Telegram-каналі. Рекомендуємо створити профілі та підписатися на сторінки кафедр маркетингу, туризму та економіки підприємства в соціальних мережах Facebook, Instagram. Усі письмові запитання до викладачів стосовно курсу мають надсилатися на університетську електронну пошту.

**7.3. Політика щодо перескладання**

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

**7.4. Відвідування занять**

Для здобувачів вищої освіти денної форми відвідування занять є обов’язковим. Поважними причинами для неявки на заняття є хвороба, участь в університетських заходах, відрядження, які необхідно підтверджувати документами у разі тривалої (два тижні) відсутності. Про відсутність на занятті та причини відсутності здобувач вищої освіти має повідомити викладача або особисто, або через старосту. Якщо здобувач вищої освіти захворів, ми рекомендуємо залишатися вдома і навчатися за допомогою дистанційної платформи. Здобувачу вищої освіти, чий стан здоров’я є незадовільним і може вплинути на здоров’я інших здобувачів вищої освіти, буде пропонуватися залишити заняття (така відсутність вважатиметься пропуском з причини хвороби). За об’єктивних причин (наприклад, міжнародна академічна мобільність) навчання може відбуватись дистанційно – в онлайн-формі, за погодженням з викладачем.

**7.5 Політика щодо оскарження оцінювання**

Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням його знань він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку.

**7.6 Бонуси**

Здобувачі вищої освіти, які регулярно відвідували лекції (мають не більше двох пропусків без поважних причин) та приймають участь у конференціях, конкурсах, активна участь на практичних заняттях тощо отримують додатково 5 балів до результатів оцінювання до підсумкової оцінки.

**7.7 Участь в анкетуванні**

Наприкінці вивчення курсу та перед початком сесії здобувачу вищої освіти буде запропоновано анонімно заповнити електронні анкети, що розміщено на сайті кафедри маркетингу:

<https://forms.office.com/Pages/ResponsePage.aspx?id=p4K7bIuPIU6JIujdHwPmNsbMRMqEYNtIpXFCoj4k6U9UNTJNUlFEMjUwTDZYNVpBUFo0T1dUNkhESi4u>, кафедри туризму та економіки підприємства та у Microsoft Forms Office 365, які буде розіслано на Ваші університетські поштові скриньки. Заповнення анкет є важливою складовою Вашої навчальної активності, що дозволить оцінити дієвість застосованих методів викладання та урахувати Ваші пропозиції стосовно покращення змісту навчальної дисципліни «Стратегічний розвиток підприємств туристичної сфери».

**8. Методи навчання**

Застосовується пояснювально- ілюстративний метод, репродуктивний метод, методи конкретної ситуації, мозкового штурму, обговорення та вирішення проблеми, аналiз ситуації

**9. Рекомендовані джерела інформації**

**Основні**

1. Лужанська Т. Ю. Стратегії розвитку регіональних туристичних дестинацій // Науковий вісник Мукачівського державного університету. 2014. № 2(2). С. 175-180.

2. Методичні вказівки до виконання практичних та індивідуальних завдань з навчальної дисципліни «Стратегічний розвиток підприємств туристичної сфери» для бакалаврів спеціальності 242 «Туризм» [Електронний ресурс] / Т.В. Герасименко; Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», каф. туризму та економіки підприємства. – Д.: НТУ «ДП», 2020. – 22 с.

3. Мальська М.П. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія і практика: навчальний посібник / М.П. Мальська, О.Ю. Бордун. – К. : Центр учбової лiтератури, 2012. – 248 с. 40.

4. Масюк Ю. О. Стратегічне управління розвитком туризму в Україні : дис. … канд. економ. наук : 08.00.03 / Львів. нац. ун-т ім. І. Франка МОНУ. Львів, 2017. 318 с.

5. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу: монографія / Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко, М. Г. Бойко та ін.; за заг. ред.. А. А. Мазаракі. – К. : Київ. нац торг.-екон. ун-т, 2010. – 596 с.

**Додаткові**

1. Данилюк М.О. Планування і контроль на підприємництві : навч. посіб. / М.О. Данилюк. – К. : Ліра-К, 2015. – 328 с.

2. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу: Навчальний посібник / Л.П. Дядечко. - К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.

3. Ковтун О.І. Стратегія підприємства / О.І. Ковтун. – К. : ЛіраК, 2014. – 426 с. 37.

5. Стратегічне планування. Навчальний посібник / О. Берданова, В. Вакуленко, В. Тертичка. – Львів: ЗУКЦ, 2008. – 138 с. 44.

6. Череп А.В. Стратегічне планування і управління: навч. посібник / А.В. Череп, А.В. Сучков. – Київ : Кондор, 2011. – 334 с. 45.

7. Швайка Л.А. Планування діяльності підприємства / Л.А. Швайка. – К. : Ліра-К, 2014. – 268 с.