

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

(повне найменування закладу вищої освіти)

Географічний факультет

(назва інституту/факультету)

Кафедра географії та менеджменту туризму

(назва кафедри)



СИЛАБУС

навчальної дисципліни

Економіка і ціноутворення в галузі туризму

(вказіть назву навчальної дисципліни

(іноземною, якщо дисципліна викладається іноземною мовою))

ОБОВ'ЯЗКОВА

(вказати: обов'язкова/вибіркова)

Освітньо-професійна програма Міжнародний туризм

(назва програми)

Спеціальність 242 "Туризм"

(вказати: код, назва)

Галузь знань 24 "Сфера обслуговування"

(вказати: шифр, назва)

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

(вказати: перший (бакалаврський)/другий (магістерський)/третій (освітньо-науковий))

Факультет Географічний

(назва факультету/інституту, на якому здійснюється підготовка фахівців за вказаною освітньо-професійною програмою)

Мова навчання українська

(вказати: на яких мовах читається дисципліна)

Розробник: Іванунік Віталій Олександрович, доцент кафедри географії та менеджменту туризму, к.геогр.н.

(вказати авторів (викладач (ів)), їхні посади, наукові ступені, вчені звання)

Профайл викладача

[http://www.geotour.chnu.edu.ua/index.php?page=/ua/02personnel&data\[6678\]\[caf_pers_id\]=1087&commands\[6678\]=item](http://www.geotour.chnu.edu.ua/index.php?page=/ua/02personnel&data[6678][caf_pers_id]=1087&commands[6678]=item)

Контактний тел.

+38 050 154 67 62

E-mail:

v.ivanunik@chnu.edu.ua

Сторінка курсу в Moodle

<https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=1739>

Консультації

за графіком консультацій викладачів на сайті:

<http://www.geotour.chnu.edu.ua/index.php?page=/ua/07navchproc>

1. Мета навчальної дисципліни полягає у формуванні та розвитку професійних компетентностей фахівців для здійснення ефективної діяльності в сфері вивчення та освоєння принципів формування цін на туристичний продукт, впливом на ціни різних чинників, а також методами встановлення цін.

Метою викладання навчальної дисципліни “Економіка і ціноутворення в галузі туризму” є ознайомлення майбутніх бакалаврів-туристів з основним теоретичними і практичними положеннями утворення цін в туризмі під час практичної фахової діяльності, показати роль знань про формування цін на розвиток туристичного бізнесу, сформувати уявлення про основні методи формування цін в туризмі.

Пререквізити. *Бухгалтерський облік, Економіка підприємства, Фінанси підприємства, Маркетинг, Менеджмент.*

2. Результати навчання (формулювання результатів навчання у вигляді переліку загальних та фахових компетентностей (досягти..., аналізувати...), визначених відповідною освітньо-професійною програмою, із зазначенням рівня їх сформованості через достатність для вирішення певних завдань професійної діяльності)

знати: *роль ціни в розвитку туристичного бізнесу; основні методи формування цін в міжнародному туризмі; функції цін в розвитку міжнародного туризму; суть процесів глобалізації та їх вплив на формування ці в міжнародному туризмі; особливості державної політики в формуванні цін та її вплив на визначення ціни міжнародного туристичного продукту; нормативно-правові акти щодо формування цін в міжнародній туристичній діяльності в Україні та світі.*

вміти: *аналізувати основні чинники формування цін в міжнародному туризмі; розробляти калькуляцію туру; планувати цінову політику в сфері міжнародного туризму; класифікувати види цін; проводити моніторинг цін на ринку туристичних послуг; враховувати цінові ризики при визначенні цін в міжнародному туризмі.*

3. Опис навчальної дисципліни

3.1. Загальна інформація

| Назва навчальної дисципліни <i>Економіка і ціноутворення в галузі туризму</i> | | | | | | | | | | | | |
|--|----------------|---------|-----------|-------|-------------------|-----------------|-----------|-------------|-------------|-------------------|------------------------|---------------------------|
| Форма навчання | Рік підготовки | Семестр | Кількість | | | Кількість годин | | | | | | Вид підсумкового контролю |
| | | | кредитів | годин | змістових модулів | лекції | практичні | семінарські | лабораторні | самостійна робота | індивідуальні завдання | |
| Денна | 3 | 5 | 5 | 150 | 2 | 30 | 30 | - | - | 90 | - | іспит |
| Заочна | 3 | 5 | 5 | 150 | 2 | 8 | 8 | - | - | 134 | - | іспит |

3.2. Дидактична карта навчальної дисципліни

| Назви змістових модулів і тем | Кількість годин | | | | | | | | | | | |
|---|-----------------|--------------|----|-----|-----|------|--------------|--------------|----|-----|-----|------|
| | денна форма | | | | | | Заочна форма | | | | | |
| | усього | у тому числі | | | | | усього | у тому числі | | | | |
| | | л | п | лаб | інд | с.р. | | л | п | лаб | інд | с.р. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
| Змістовий модуль 1. Соціально-економічна сутність ціни | | | | | | | | | | | | |
| Тема 1. Соціально-економічна сутність ціни | 11 | 2 | 5 | - | - | 7 | 12 | 2 | 1 | - | - | 10 |
| Тема 2. Туристичний продукт як об'єкт ціноутворення | 11 | 2 | - | - | - | 7 | 12 | 2 | 1 | - | - | 10 |
| Тема 3. Попит і пропозиція туристичного продукту як основа формування цін | 13 | 2 | - | - | - | 7 | 10 | - | 2 | - | - | 10 |
| Тема 4. Конкуренція та її види. Особливості формування цін за умов конкуренції | 10 | 2 | 5 | - | - | 6 | 10 | - | - | - | - | 10 |
| Тема 5. Маркетингова діяльність туристичних підприємств та формування цін | 10 | 2 | - | - | - | 6 | 10 | - | - | - | - | 10 |
| Тема 6. Формування цін на різних типах ринку | 10 | 2 | 5 | - | - | 6 | | | | | | |
| Тема 7. Процеси глобалізації та їх вплив на формування цін в міжнародному туризмі | 8 | 2 | - | | | 6 | | | | | | |
| Разом за змістовим модулем 1 | 73 | 14 | 15 | - | - | 45 | 54 | 4 | 4 | | | 50 |
| Змістовий модуль 2. Особливості та методи формування цін в туризмі | | | | | | | | | | | | |
| Тема 8. Методи визначення цін | 11 | 4 | 5 | | | 7 | 12 | - | 2 | - | - | 10 |
| Тема 9. Особливості | 11 | 2 | - | | | 7 | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|------------|-----------|-----------|--|--|-----------|------------|----------|----------|---|---|------------|
| формування цін в міжнародному туризмі | | | | | | | | | | | | |
| Тема 10. Фінансово-кредитна політика та її вплив на формування цін в міжнародному туризмі | 11 | 2 | - | | | 7 | | | | | | |
| Тема 11. Податки і соціальні платежі як чинник формування цін в міжнародному туризмі | 10 | 2 | 5 | | | 6 | | | | | | |
| Тема 12. Цінові ризики та їхній вплив на формування цін в міжнародному туризмі | 10 | 2 | - | | | 6 | 11 | 1 | - | - | - | 10 |
| Тема 13. Інфляційні процеси та їх вплив на ціни в міжнародному туризмі | 10 | 2 | 5 | | | 6 | 10 | - | - | - | - | 10 |
| Тема 14. Вплив держави на формування цін в міжнародному туризмі | 10 | 2 | - | | | 6 | 10 | - | - | - | - | 10 |
| Разом за змістовим модулем 2 | 77 | 16 | 15 | | | 45 | 54 | 2 | 2 | | | 50 |
| Усього годин | 108 | 30 | 30 | | | 78 | 108 | 4 | 4 | | | 100 |

3.3. Темі практичних (семінарських) занять

| № | Назва теми | К-ть год. | К-ть год. |
|----|--|-----------|-----------|
| 1. | Практичне заняття: Вплив економічного середовища на формування цін на туристичному підприємстві. | 5 | 5 |
| 2. | Практичне заняття: Характеристика конкурентного середовища, яке контролюється ринком, виробником та урядом | 5 | 5 |
| 3. | Практичне заняття: Маркетингова діяльність туристичного підприємства та її вплив на формування ціни. | 5 | 5 |
| 4. | Практичне заняття: Особливості формування цін на туристичний продукт із врахуванням витрат та стану ринку. | 5 | 5 |
| 5. | Практичне заняття: Розкрийте соціально-економічну сутність чинників, що впливають на формування цін в туристичній сфері | 5 | 5 |
| 6. | Практичне заняття: Основні фактори які визначають маркетингову політику туристичного підприємства | 5 | 5 |
| | Всього | 30 | 30 |

3.4. Зміст завдань для самостійної роботи

| № з/п | Назва теми |
|-------|--|
| 1 | Соціально-економічна сутність ціни |
| 2. | Вплив цін на туристичну діяльність |
| 3. | Роль цін, у розвитку туристичного бізнесу. |
| 4. | Вплив ціни на діяльність туристичних підприємств. |
| 5. | Туристичний продукт як об'єкт ціноутворення |
| 6. | Особливості цінової політики на окремих етапах життєвого циклу товару |
| 7. | Соціально-економічна сутність класифікації цін та її основні критерії |
| 8. | Попит і пропозиція туристичного продукту як основа формування цін |
| 9. | Розкрийте основні чинники які впливають на попит в туризмі |
| 10. | Розкрийте основні чинники які впливають на пропозицію туристичних послуг |
| 11. | Розкрийте сутність рівноважної ціни на ринку туристичних послуг. |
| 12. | Соціально-економічна сутність категорії „корисність туристичного продукту” |
| 13. | Конуренція та її види. Особливості формування цін за умов конкуренції |
| 14. | Поняття про міжгалузеву конкуренцію та її особливості. |
| 15. | Внутрішньогалузева конкуренція. |
| 16. | Міжнародна конкуренція, її суть та особливості в туризмі. |
| 17. | Маркетингова діяльність туристичних підприємств та формування цін |
| 18. | Маркетингові цілі цінової політики. |
| 19. | Охарактеризуйте основні маркетингові стратегії формування цін. |
| 20. | Формування цін на різних типах ринку |
| 21. | Стратегії ціноутворення в умовах чистої монополії. |
| 22. | Особливості ціноутворення на олігополістичному ринку. |
| 23. | Формування цін в умовах монополістичної конкуренції |
| 24. | Методи визначення цін |
| 25. | Сутність параметричних методів формування цін в туризмі. |
| 26. | Основні етапи формування цін із врахуванням витрат та стану ринку |
| 27. | Охарактеризуйте основні етапи формування цін |
| 28. | Оцінка цінового ризику |
| 29. | Зовнішні чинник виникнення цінових ризиків |
| 30. | Внутрішні чинники виникнення цінових ризиків |
| 31. | Розкрийте особливості класифікації цінових ризиків |
| 32. | Інфляційні процеси та їх вплив на ціни |
| 33. | Поняття інфляції |
| 34. | Види інфляції |
| 35. | Методи оцінки інфляції |
| 36. | Вплив інфляції на ціну туристичного продукту |
| 37. | Вплив держави на формування цін в туризмі |
| 38. | Нормативно-правове регулювання цін |
| 39. | Прямі методи регулювання цін |
| 40. | Непрямі методи державного регулювання цін |

*Питання, винесені на самостійне опрацювання, включені до тематичного і підсумкового тестового контролю.

4. Методи навчання

Під час викладання даної навчальної дисципліни використовуються такі методи навчання:

- лекція, аналіз, пояснення, проблемна ситуація, консультація;

- дослідна робота та метод проекту;
- презентації, відеоматеріали;
- електронне та інтерактивне онлайн-навчання (Moodle, Google Meet);
- самостійна робота за програмою навчальної дисципліни.

5. Критерії оцінювання результатів навчання з навчальної дисципліни

Критерієм успішного проходження здобувачем освіти підсумкового оцінювання може бути досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом навчання навчальної дисципліни.

Мінімальний пороговий рівень оцінки варто визначати за допомогою якісних критеріїв і трансформувати його в мінімальну позитивну оцінку використовуваної числової (рейтингової) шкали).

Розподіл балів, які отримують студенти

| Поточне тестування та практична робота | | | | Підсумковий тест (теор.) | Сума |
|--|---------------|---------------|---------------|--------------------------|------|
| Модуль №1 | | Модуль №2 | | | |
| Теор. (тести) | Практ./семін. | Теор. (тести) | Практ./семін. | | |
| 15 | 15 | 15 | 15 | 40 | 100 |

Шкала оцінювання: національна та ECTS

| Оцінка за національною шкалою | Оцінка за шкалою ECTS | |
|-------------------------------|-----------------------|---|
| | Оцінка (бали) | Пояснення за розширеною шкалою |
| Зараховано | A (90-100) | відмінно |
| | B (80-89) | дуже добре |
| | C (70-79) | добре |
| | D (60-69) | задовільно |
| | E (50-59) | достатньо |
| Незараховано | FX (35-49) | (незадовільно) з можливістю повторного складання |
| | F (1-34) | (незадовільно) з обов'язковим повторним курсом |

6. Засоби оцінювання

Засобами оцінювання та демонстрування результатів є:

- стандартизовані тести;
- проекти (наскрізні проекти; індивідуальні та командні проекти; дослідницько-творчі та ін.);
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- студентські презентації та виступи на наукових заходах;
- контрольні роботи;
- завдання на лабораторному обладнанні, тренажерах, реальних об'єктах тощо;
- ситуаційні завдання та їх вирішення у групах.

7. Форми поточного і підсумкового контролю та оцінювання

Форми поточного контролю:

- усна (відповідь студента під час семінарського заняття);
- захист презентації;
- письмова (тестування);

Форма підсумкового контролю: іспит.

Засобами оцінювання та демонстрування результатів навчання є:

- контрольні тестування;
- презентації результатів виконаних завдань і досліджень;
- студентські презентації та виступи на наукових заходах.

Поточний контроль здійснюється під час практичних (семінарських) занять і має на меті перевірку знань здобувачів вищої освіти з окремих тем шляхом виконання конкретних завдань (презентацій чи тематичних тестувань). Кількість передбачених балів за різні види робіт зазначені у силабусі, робочій програмі, в системі дистанційного навчання Moodle, куди за умови онлайн-навчання студенти завантажують роботи, і де здійснюється тестовий контроль, та оголошуються під час занять (або виставляються в Moodle). Оцінки (бали) за самостійну роботу виставляються за її виконання у формі презентації в день захисту.

Тестові завдання різних форм розроблені до змістових модулів і покликані перевірити рівень засвоєння теоретичного матеріалу, здатності осмислити і відтворити зміст даної частини дисципліни.

8. Рекомендована література

1. Верхоглядова Н.І. Основи ціноутворення: Навчальний посібник / Н.І. Верхоглядова, С.Б. Ільїна, Н.А. Іванникова, Я.Я. Слабко, Ю.В. Лисенко. – К.: Кондор, 2007р. – 252с.
2. Костащук В.І. Економіка і ціноутворення в галузі туризму : навч. посібник / В.І. Костащук. – Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2012. – 140 с.
3. Костащук В.І. Економіка і ціноутворення в галузі туризму : метод. вказівки до виконання практичних робіт / В.І. Костащук. – Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2012. – 80 с.
4. Про оплату праці: Закон України від// Відомості Верховної Ради. -1995. -№3.- Ст. 121.
5. Про оподаткування прибутку підприємств: Закон України від // Нові закони України. - К., 1997
6. Про внесення змін до Закону України "Про туризм" Закон України від 20 листопада 2003 р. № 1300-IV // Відомості Верховної Ради України. -2004. -№ 13.-С. 434-452.
7. Кузнецова Н.М. Основи економіки готельного та ресторанного господарства: Навч. посібник. - К., 2006. - 174 с.
8. Кулішов В.В. Економіка підприємства: теорія і практика: Навч. посібник. - К.: НікаЦентр, 2010. - 216 с.
9. Лігоненко Л.О. Управління грошовими коштами торговельного підприємства: Навч. посібник / Л.О.Лігоненко, Г.В.Ковальчук. - К.: КДТЕУ, 2011.-156 с
10. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу. - К.: ЦНЛ, 2012. -272 с.

Інформаційні ресурси

1. <http://tourlib.net/>
2. <http://www.tourism.gov.ua/ua/>
3. <http://www.tourism-carpathian.com.ua/>
4. <http://www.terraincognita.info/>
5. <http://sadyba.org.ua/>

6. <http://www.dyvosvit.com/>
7. <http://pidruchniki.ws>
8. <http://www.uaportal.com>