**ДИСЦИПЛІНИ ДРУГОГО ЦИКЛУ**

**АНТОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**«ОСНОВИ ІНВЕСТАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ»**

**І. Основна мета засвоєння курсу:** формування у знань, умінь та навичок з питань інвестиційного менеджменту як спеціалізованого виду професійної діяльності.

**ІІ. Місце навчальної дисципліни в програмі підготовки фахівців напряму.**

Навчальна дисципліна «Основи інвестиційного менеджменту», використовуючи інтеграційні міжпредметні та внутрішньо-предметні аспекти, сприяє формуванню управлінських рішень, пов'язаних із здійсненням різних аспектів інвестиційної діяльності.

**ІІІ. Завдання дисципліни:**

1) пояснення теоретичних основ системи та алгоритму інвестиційного менеджменту в туризмі, його еволюцію, чинники і рівні розвитку, методологічну базу, понятійно-термінологічний апарат дисципліни;

2) формування навичок аналізу зарубіжних концепцій та сучасних вітчизняних підходів відносно складових інвестиційної діяльності;

3) формування компетенцій щодо управління інвестиціями на турпідприємстві.

**ІV. Основні результати навчання і компетентності**:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№**  | **Результати навчання** | **Компетентності** |
| 1. | ***знати:*** особливості формування сучасних тенденцій та національного і світового інвестиційного ринку; нормативно-правові аспекти здійснення інвестиційної діяльності; механізми функціонування інвестиційного ринку; специфіку інвестиціййних ризиків; прийоми інвестиційного менеджменту; ***вміти:***інтерпретувати інвестиційну політику турпідприємства; розробляти стратегію управління інвестиційним розвитком турпідприємства; вико-ристовувати інвестиційну привабливість об'єктів ринку інвестицій. | - здібність до узагальнення вітчизняного і закордонного досвіду з питань аналізу і обробки науково-технічної інформації у сфері інвестиційної діяльності з використанням інформаційно-кому-нікаційних технологій; -здатність до розроблення інвести-ційної стратегії тур-підприємства;-здатність до аналізу інвестиційної привабливості проектів, формування інвестиційного портфелю та програм реальних інвестицій підприємства;-здатність до управління інвестиціями на турпідприємстві.  |

**V. Короткий зміст дисципліни.**

**Модуль 1. Теоретичні та методологічні засади інвестиційного менеджменту.**

***Тема 1.Теоретичні основи інвестиційного менеджменту.*** Суть інвестицій. Структура і значення капітальних вкладень. Види інвестицій. Принципи інвестиційної стратегії. Поняття та економічна сутність інвестицій. Класифікація інвестицій за різними ознаками. Поняття валових та чистих інвестицій. Роль інвестицій.

***Тема 2. Мета, задачі та функції інвестиційного менеджменту****.*Інвестор як самостійний суб’єкт підприємницької діяльності. Класична економічна теорія максимізації прибутку. Функціональний та динамічний підхід інвестиційного менеджменту. Рішення з інвестиційних проектів. Основні функції.

***Тема 3. Інвестиційний ринок та його оцінка.*** Інвестиційний ринок та його основні складові. Оцінка інвестиційного ринку. Макроекономічні показники розвитку інвестиційного ринку. Оцінка інвестиційної привабливості. Сутність інвестиційного ринку. Місце інвестиційного ринку у системі ринків.

***Тема 4. Інвестиційна привабливість на мезоекономічному рівні.***Матриця інвестиційної привабливості. Характеристика внутрішнього середовища підприємства. Послідовність оцінки інвестиційної привабливості тур підприємства. Стадія кон’юнктурного ринку протягом усього кон’юнктурного циклу, обсяг операцій.

***Тема 5. Пріоритетні галузі країни іноземних інвесторів****.*Зацікавленість інвесторів США, Німеччини та Великобританії. Інвестиційна привабливість регіонів. Методика визначення інвестиційної привабливості регіонів. Фактори, що характеризують інвест. привабливість галузей економіки. Життєвий цикл підприємства та його інвестиційна привабливість.

**Модуль 2. Особливості інвестиційного менеджменту.**

***Тема 6. Управління інвестиційною діяльністю підприємства.***Інвестиції як макро та мікрорівні. Відбір підприємства для інвестування. Склад показників, які характеризують підприємство. Макрорівень, об’єкти інвестування галузі, підгалузі, регіону, окремі підприємства. Макроекономічна ситуація як фактор розвитку туризму в країні. Іноземні інвестиції, кредити, займи, власні кошти підприємств.

***Тема 7. Управління інвестиційною програмою розвитку підприємства.***Сутність інвестиційних рішень. Системний підхід в управлінні інвестиціями. Оцінка інвестиційних рішень. Управління інвестиційними програмами. Методи та інструменти інвестиційного управління туристичним бізнесом. Особливості управління інноваційними інвестиціями підприємства. Регулювання інвестиційної діяльності в системі управління .

***Тема 8. Фінансова звітність підприємства з інвестиційної діяльності.***Фінансова звітність та баланс. Управління грошовими потоками щодо інвестиційної діяльності. Аналіз грошових потоків. Фінансова діяльність. Ануїтет (фінансова рента). Фінансову звітність про рух грошових коштів на підприємстві. Класифікація грошових потоків підприємства.

***Тема 9. Фактори та умови формування інвестиційної привабливості підприємства****.*Залучення інвестицій в українські підприємства. Схема впливу умов на привабливість підприємства. Послідовність розрахунку інтегрального показника. Фактори, що впливають на обсяги інвестицій. Формування інвестиційних ресурсів, темпи інфляції та інші фактори. Правові умови інвестиційної діяльності.

**Модуль 3. Методичний інструментарій інвестиційного менеджменту**.

***Тема 10. Інвестиційне проектування.***Інвестиційний розвиток регіону. Положення, ресурси, об’єкти та центри області. Перспективні інвестиційні проекти. Інвестування капіталу у нові проекти. Об'єкти інвестування. Організаційні проекти - реформування системи управління, створення нової організації, проведення конференцій і семінарів.

***Тема 11. Вимоги до інвестиційного проекту.***Опис проекту та його концепції. Строк та умови кредиту. Прогноз прибутків та збитків. Формулювання проблем і вимог до результатів, вплив на формулювання пропозицій до проектів. Бездефектні проекти. Розробка концепції інвестування. Прогноз грошових потоків. Низькоризикові, середньоризикові та високоризикові або «спекулятивні» збитки як прогноз.

***Тема 12. Бізнес-планування інвестиційного проекту.***Бізнес-план як одна із частин інвестиційної програми. Пошук інвестиційних можливостей. Оцінювання ефективності і фінансування інвестиційних проектів. Аналіз бізнес-потенціалу підприємства. Оцінювання умов бізнесу. Туристський бізнес при застосуванні інвестиційного менеджменту. Аналіз стратегічних позицій підприємства.

***Тема 13. Вимоги міжнародних фінансових організацій до бізнес-плану інвестиційного проекту****.* Формування бізнес плану інвестиційного проекту. Умови кредитування. Критерії кредитора де одержувача позики. Характеристика позичальника. Міжнародна інвестиційна діяльність. Стан та структура міжнародного ринку інвестицій. Фактори, які впливають на ціни активів на міжнародних ринках, та про їх взаємозв'язок. Основні напрямки міжнародної інвестиційної діяльності.

**Модуль 4. Характеристика й управління фінансовими інвестиціями.**

***Тема 14. Загальноприйнята класифікація джерел фінансування інвестиційної програми****.*Організація фінансування інвестиційної програми. Формування інвестиційних програм за економічними критеріями. Критерії щодо формування інвестиційних програм. Джерела фінансування. Класифікація форм інвестицій. Класифікація суб'єктів інвестиційної діяльності в туризмі. Інвестори, права та обов'язки.

***Тема 15. Управління фінансовими інвестиціями****.* Прийняття рішень з інвестування у фінансові активи на основі розрахунку ризику і дохідності. Ризики портфеля інвестицій. Оцінка дохідності окремих видів фінансових активів. Особливості управління фінансовими інвестиціями. Формування портфелю фінансових інвестицій. Портфель фінансових інвестицій. Прийняття рішення про вихід проекту з інвестиційної програми проекту та через визначення індексу рентабельності.

***Тема 16. Статичні та динамічні методи оцінки інвестиційних проектів та їх вдосконалення****.* Методи оцінки інвестиційних проектів. Оцінки чутливості інвестиційних проектів. Пропозиції щодо удосконалення методики оцінки інвестиційних проектів. Чутливість проекту за факторами. Додаткові кошти для фінансування інноваційного проекту.

***Тема 17. Характеристика інвестиційних якостей основних цінних паперів.*** Класифікація інвестиційних якостей цінних паперів. Модель оцінки акційних опціонів. Управління портфелем цінних паперів. Систематизація цінних паперів за їх інвестиційними якостями. Оцінка. Основні параметри оцінки інвестиційних якостей облігацій. Моделі тактичного розміщення ресурсів.

**VІ. Назва кафедри та викладацький склад,** який забезпечуватиме викладання курсу: кафедра туризму**,** професор Обозний В.В., доцент Романенко О.В.

**VІІ. Обсяги навчального навантаження та терміни викладання курсу.**

На вивчення дисципліни відводиться: 150 годин ( 5 кредити ЄКТСМ), з яких: лекційних -34 годин; практичних -34 годин; самостійної роботи - 82 годин.

Дисципліна викладається у 5 семестрі.

**VІІІ. Основні інформаційні джерела до вивчення дисципліни.**

1. Бланк И.А. Основы инвестиционного менеджмента: в 2-х т. /И.А. Бланк. – К.: Ника-Центр: Эльга, 2011. – Т. 1 – 536 с.; Т. 2 – 512 с.
2. Черваньов Д.М. Менеджмент інвестиційної діяльності підприємств: Навч. посібн. – К.: Знання-Прес, 2013. – 622 с.

**ІХ. Система оцінювання.**

Поточний контроль: оцінювання виконання завдань на практичних заняттях, оцінювання контрольних модульних робіт, виконання творчих індивідуальних завдань. Підсумковий контроль: екзамен у V семестрі.

**АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**«СПЕЦІАЛІЗОВАНИЙ ТУРИЗМ»**

**І. Основна мета засвоєння курсу:** ознайомити студентів з основами та специфікою спеціалізованих видів туризму.

**П. Місце навчальної дисципліни в програмі підготовки фахівців**

Навчальна дисципліна, використовуючи інтеграційні міжпредметні та внутрішньо-предметні аспекти, сприяє обгрунтованості щодо інвестування, методів розробки і реалізації управлінських рішень, пов'язаних із здійсненням різних аспектів у спеціалізованому туризмі.

**Ш. Завдання дисципліни:** 1) пояснення різних видів спеціалізованого туризму його еволюцію, чинники і рівні розвитку;

2) формуванню навичок аналізу зарубіжних концепцій та сучасних вітчизняних підходів відносно розвитку спеціалізованого туризм ;

**ІУ. Основні результати навчання і компетентності**:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№**  | **Результати навчання** | **Компетентності** |
| 1. | ***знати:*** основи спеціалізованого туриз-му; спеціальні види туризму рекреа-ційно-оздоровчого характеру; спеціальні види туризму пізнавального характеру; подієві види туризму спеціалізовані види туризму паломницько-релігійного характеру; освітньо-бізнесові види спеціалізованого туризму; анімаційні види спеціалізованого туризму; види спеціалізованого туризму на території України; ***вміти:*** класифікувати туризм за видами та формами; визначити цільові мотивації у різних видах спеціалізованого туриз-му; аналізувати ресурси та інфраструк-туру спеціалізованого туризму.  | - здатність до використанням інформаційно-комунікаційних техно-логій з питань аналізу і обробки інформації у сфері спеціалізованого туризму; - готовність застосування прикладних методів дослідницької діяльності у спеціалізованому туризмі; -володіння культурою мислення, сприйняття інформації, постановки мети та вибору шляхів її досягнення у різних видах спеціалізованого туризму; - готовність до реалізації проектів у сфері спеціалізованого туризму;  |

**ІУ. Короткий зміст дисципліни**

**Змістовий модуль І. Основи спеціалізованого туризму. Види туризму рекреаційного і культурно-пізнавального характеру.**

***Тема 1. Потреби людини.*** Поняття «потреби людини». Види потреб (фізіологічні, духовні, екологічні, комунікативні, зміни оточуючого середовища, творчої самореалізації, у розвагах, хобі-потреби, адреналінові). Вікові особливості формування ціннісних орієнтацій у дозвіллєвій діяльності. Вплив на формування потреб стану здоров’я людини. Релігійний чинник вибору форми проведення вільного часу. Вплив індивідуальних рис характеру на процес вибору виду дозвіллєвої діяльності (темперамент, рівень комунікабельності, фізіологічні та біологічні потреби). Поняття цільових мотивацій у туризмі.

***Тема 2.******Основи спеціалізованого туризму***. Характеристика терміну «Спеціалізований туризм», відмінність спеціалізованого туризму від масового. Сегментація ринку спеціалізованого туризму, інфраструктура цільового туризму, географія спеціалізованого туризму. Залежність процесу організації спеціалізованого туру від зовнішніх чинників (соціально-економічного, політичного, культурного, екологічного. Види послуг у системі спеціалізованого туризму

***Тема 3. Спеціальні види туризму рекреаційно-оздоровчого характеру.*** Поняття рекреації, рекреаційні потреби як мотивація до вибору виду туризму, Рекреаційний час, рекреаційна діяльність, рекреаційний простір, садово-парковий простір.Поняття рекреаційної культури, особливості рекреаційної культури окремих групп відпочиваючих.

Природні та культурні комплекси як елементи рекреаційної системи. Характеристика природних і культурних комплексів (фізіологічна та психологічна комфортність, надійність, атрактивність, функціональна відповідність потребам та умовам рекреаційної діяльності).Роль обслуговуючого персоналу в рекреаційній системі. Органи управління рекреаційною системою. Рекреаційна система світу і України.

***Тема 4. Лікувально-оздоровчий туризм.*** Поняття лікувального туризму. Ресурсна база лікувального туризму, сегментація лікувального туризму. Особливості організації лікувальних турів, розміщення, харчування, транспортне обслуговування рекреантів. Рекреаційно-лікувальні програми, програми за типом основного елементу (психотерапевтичні, фізіотерапевтичні, кліматотерапевтичні, бальнеотерапевтичні, ароматерапевтичні тощо). Методика створення рекреаційно-лікувальних програм, карта здоров’я рекреанта, карта можливостей рекреанта, створення рекомендаційних програм. Поняття оздоровчого туризму, особливості розробки оздоровчих турів для різних категорій туристів, ресурсна база оздоровчого туризму, природні ресурси, матеріальні ресурси, дитячі оздоровчі табори, молодіжні центри, рекреаційні заклади сімейного типу, спортивно-оздоровчі заклади. Географія лікувально-оздоровчого туризму.

***Тема 5. Сільський туризм***. Поняття сільського туризму, різновиди сільського туризму. Місце сільського туризму в загальній класифікації видів туризму, сегмент ринку сільського туризму, ресурсна база сільського туризму. Мотивація вибору відпочинку в селі.Особливості організації рекреаційно-туристичної діяльності в умовах сільської місцевості, вимоги до господарів садиб щодо надання основних і спеціальних послуг туристам, розміщення, харчування, транспорт, культурно-анімаційне обслуговування туристів в умовах села і сільської садиби, етнографічний чинник розвитку сільського туризму.

***Тема 6. Екологічий туризм***. Поняття екологічного туризму, спільні риси сільського й екологічного туризму, особливості екологічного туризму, різновиди екологічного туризму. Мотивація вибору відпочинку на лоні природи, сегмент споживчого ринку екологічного туризму. Ресурси екологічного туризму. Центри екологічного туризму в світі і в Україні, питання співпраці туристичних фірм і підприємств з екологічними службами. Туроперейтинг в екотуризмі.

***Тема 7. Спеціальні види туризму пізнавального характеру***. Поняття культурного туризму, поняття пізнавального, культурно-пізнавального туризму. Місце культурно-пізнавального туризму в загальній класифікації видів туризму. Мотивація вибору культурно-пізнавальних видів туризму, сегмент споживчого ринку культурно-пізнавальних видів туризму, ресурсна база культурно-пізнавального туризму.Особливості організації культурно-пізнавальної подорожі. Поняття культурно-пізнавального туру, туроперейтинг у культурно-пізнавальному туризмі. Центри культурно-пізнавального туризму в світі і в Україні, європейські центри культурно-пізнавального туризму, африканські центри культурно-пізнавального туризму, американські центри культурно-пізнавального туризму, українські центри культурно-пізнавального туризму.Особливості етнографічного туризму, особливості археологічного туризму.

***Тема 8. Подієві види туризму*.** Поняття подійового туризму, різновиди подійового туризму. Місце подійового туризму в загальній класифікації видів туризму. Мотивація вибору подійового туризму, сегмент споживчого ринку подійового туризму. Ресурси подійового туризму. Свято як ресурс подійового туризму, видовище як ресурс подійового туризму, технічні, сценічні, етнографічні, спортивні шоу, національні, професійні, народні, побутові, календарні свята, свято як рекламна акція, свята пива, їжі, шоколаду, вина як події міжнародного значення, карнавали – наймасовіші свята сучасності, фестивалі. Олімпіада -свято спорту і мир , Олімпійські ігри як туристична подія, чемпіонати світу з футболу, автоперегони, народно-спортивні свята як туристичні події, історичні реконструкції, лицарські турніри як ресурс подійового туризму. Подійовий туризм в Україні, основні події мистецького характеру, фестивалі, одеська Гуморина, конкурс Євробачення як туристична подія.Туроперейтинг у по дійовому туризмі.

**Змістовний модуль ІІ. Види спеціалізованого туризму релігійного, ділового, анімаційного характеру.**

***Тема 9. Спеціалізовані види туризму паломницько-релігійного характеру.*** Поняття релігійного туризму. Місце релігійного туризму в системі туристичної діяльності. Мотивація вибору релігійного туризму. Релігія як основа релігійного туризму, сутність та типи релігій, різновиди релігійного туризму, паломницький туризм, релігійний туризм екскурсійно-пізнавальної спрямованості. Форми, типи та категорії релігійного туризму. Релігійний туризм у християнстві, православні об’єкти в Україні, католицькі об’єкти в Україні. Центри християнства в світі. Релігійний туризм в ісламі, буддизмі, іудаїзмі, індуїзми.Особливості розробки релігійних турів ( релігійні тури на гору Афон, релігійні поїздки на хадж у Мекку, особливості практичної організації мандрівок до Індії, Непалу, Тибету). Організація релігійних турів в Україні.

***Тема 10. Освітньо-бізнесові види спеціалізованого туризму.*** Поняття ділового туризму, місце ділового туризму в загальній класифікації видів туризму. Мотивація вибору ділового туризму, сегмент споживчого ринку ділового туризму, ресурсна база ділового туризму. Особливості організації подорожі з діловою метою, транспортне забезпечення подорожі, розміщення, харчування, культурно-розважальна програма для ділових туристів. Інфраструктура ділового туризму. Професійні події як база ділового туризму, семінари, симпозіуми, конференції, конгреси, рекреаційно-ділова форма проведення заходів. Поняття освітнього туризму, місце освітнього туризму в системі туристичної діяльності, мотивація вибору освітнього туру, види освітніх турів, можливості створення розгалуженої бази освітнього туризму в Україні, центри освітнього туризму в світі.

***Тема 11.******Анімаційні види спеціалізованого туризму.*** Поняття розважального туризму, сегмент споживчого ринку розважального туризму, ресурсна база, вакаційні зони як центри розважального туризму, парки атракціонів, тематичні парки розваг, парки Діснея. Азартна гра як ресурс розважально-ігрового туризму, мотивація вибору азартної гри як виду розваг, особливості організації обслуговування туристів, режим доби, розміщення, харчування, основні центри азартної гри в світі. Поняття хобі-туризму, хобі як мотивація до подорожі, різновиди хобі-турів, гра як хобі, гольф-клуби, тенісні клуби, бридж-клуби, засіб пересування як хобі, автотуризм, велотуризм, яхтінг, кінний туризм, колекціонування як хобі, клуби колекціонерів, аукціони як події хобі-туризму.Особливості організації екстремального і природного туризму.

***Тема 12****.****Види спеціалізованого туризму на території України***Специфіка і особливості рекреаційного туризму, об’єкти культурно-пізнавального туризму, анімаційні види туризму, подієві види туризму в Україні, релігійний туризм, діловий туризм, інші види туризму України.

**УІ. Назва кафедри та викладацький склад,** який забезпечуватиме викладання курсу: кафедра туризму доцент Борисова О.В.,доцент Романенко О.В.

**УП.Обсяги навчального навантаження та терміни викладання курсу.**

На вивчення дисципліни відводиться: 150 годин ( 5 кредити ЄКТСМ), з яких: лекційних -34 годин; практичних -34 годин; самостійної роботи - 8 годин;. Дисципліна викладається у 5 семестрі.

 **УШ Основні інформаційні джерела до вивчення дисципліни.**

1. Александрова А.Ю. Международный туризм- М.: Аспект Пресс, 2002.-470с.
2. Бабкин А.В. Специальные види туризма –Ростов на Дону: Феникс, 2008.- 252с.
3. Бочелюк С.А. Дозвіллєзнавство .- К,: Кондор, 2005. – 408 с.
4. Квартальнов В.А. Туризм. – М. Фінанси і Статистика. 2002, - 320с.

**ІХ. Система оцінювання.**

Поточний контроль: оцінювання виконання завдань на практичних заняттях, оцінювання контрольних модульних робіт, виконання творчих індивідуальних завдань. Підсумковий контроль: залік у 5 семестрі.

**ДИСЦИПЛІНИ ТРЕТЬОГО ЦИКЛУ**

**АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**«РЕКЛАМА В ТУРИЗМІ»**

**І. Основна мета засвоєння курсу:** формування у майбутніх бакалаврів знань основ рекламної діяльності в туризмі та практичних умінь організації рекламної діяльності, оцінки ефективності туристичної реклами.

**П. Місце навчальної дисципліни в програмі підготовки фахівців.**  Навчальна дисципліна «Реклама в туризмі», використовуючи інтеграційні міжпредметний та внутрішньо-предметний аспекти, сприяє формуванню якісно нових систематизованих напрямів освітньо-виховної діяльності, які надбудовуються над предметною системою навчання.

**Ш. Завдання дисципліни:** 1) засвоєння студентами основних понять, категорій і принципів туристичної реклами, навиків формування та оцінки рекламних звернень; 2) навчання методам використання рекламних засобів; 3) набуття досвіду рекламної діяльності в туризмі.

**ІV.Основні результати навчання і компетентності**:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№**  | **Результати навчання** | **Компетентності** |
| 1. | ***знати:*** види туристичної реклами; функції туристичної реклами; стилі туристичної реклами;особливості сучасного рекламного процесу; вимоги до рекламних звернень в туризмі; сучасні засоби туристичної реклами; рекламні можливості мережі Інтернет; методи оцінки ефективності реклами; рекламне законодавство різних країн; особливості міжнародних рекламних кампаній.***вміти:***планувати рекламну кампанію в туризмі; складати бюджет рекламних витрат; робити вибір засобів реклами для конкретних умов; розробляти елементи фірмового стилю туристичної фірми (колір, логотип); складати текст рекламного звернення; планувати рекламну діяльність туристичної фірми в мережі Інтернет; оцінювати економічну та соціальну ефективність реклами; планувати рекламну діяльність на зовнішніх туристичних ринках. | * готовність до розробки туристичного продукту на основі сучасних технологій .
* компетенції маркетингового дослідження туристичного ринку та аналізу отриманих даних.
* уміння організувати процес обслуговування споживача; науково-дослідна діяльність:
* здатність знаходити, аналізувати і обробляти науково-технічну інформацію у сфері туристичної діяльності з використанням інформаційно-комунікаційних технологій;
* здатність використовувати методи моніторингу ринку туристичних послуг;
* готовність до застосування прикладних методів дослідницької діяльності в туризмі;
 |

**ІV Короткий зміст дисципліни .**

**МОДУЛЬ І РЕКЛАМА В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГУ ТУРИСТИЧНОЇ ФІРМИ**

***Тема 1.* *Поняття туристичної реклами та її місце в системі маркетингових комунікацій. Види та функції туристичної реклами.***Поняття реклами. Туристична реклама. Мета туристичної реклами. Вимоги до реклами в туризмі. Рекламна комунікація.

***Тема 2.* *Характеристика сучасного рекламного процесу в туризмі.*** Схема рекламного процесу. Рекламодавець (туристична фірма). Рекламне агентство. Паблік рилейшнз. Засіб розповсюдження реклами. Споживач (турист). Функції рекламодавця по відношенню до рекламного агентства. Функції рекламного агентства. Глобальне рекламне агентство, рекламна кампанія, медіа планування.

***Тема 3. Тема і девіз туристичної реклами. Структура, форма та стиль рекламного звернення. Колір та ілюстрації в туристичній рекламі.***Рекламне звернення. Рекламна тема. Рекламний слоган. Девіз туристичної реклами. Структура рекламного звернення. Когнітивний вплив. Афективний вплив. Сугестивний вплив. Конативний вплив. Стадії рекламної діяльності. Слоган. Вступна частина. Інформаційний блок. Довідкові відомості. Ехо-фраза. Форма рекламного звернення. Стиль туристичної реклами. Колір в туристичній рекламі. Привабливість рекламних звернень. Вплив кольору на сприймання туристичної реклами. Символічний та асоціативний вплив. Поєднання кольорів в туристичній рекламі. Ілюстрації в туристичній рекламі. Інформативність ілюстрацій.

***Тема 4. Інформаційно-рекламні матеріали. Туристичні виставки та ярмарки****.* Вибір інформаційно-рекламного матеріалу. Інформаційний лист. Комерційна пропозиція. Інформаційний листок. Рекламна листівка. Буклет. Проспект. Брошура. Каталог. Прес-реліз. Календар. Рекламно-подарункові матеріали.Туристична виставка. Виставка-продаж. Ярмарок. Класифікація виставкових заходів. Семінар. Презентація.

**МОДУЛЬ П. РЕКЛАМНІ ЗВЕРНЕННЯ. СУЧАСНІ ЗАСОБИ ТУРИСТИЧНОЇ РЕКЛАМИ (практичний)**

***Тема 5. Зовнішня туристична реклама****.* Зовнішня реклама. Щитова реклама. Плакат (постер). Афіша. Транспаранти (рекламні щити). Світлова реклама. Реклама на транспорті (транзитна реклама). Реклама на зупинках міського транспорту. Реклама в місцях продажі. Частотність зовнішньої реклами, гнучкість зовнішньої реклами, вартість, вплив на аудиторію. Недоліки зовнішньої реклами. Найефективніші засоби зовнішньої реклами.

***Тема 6. Туристична реклама в періодичній пресі. Радіореклама в маркетингу туристичної фірми.*** Реклама в пресі. Рекламні оголошення. Публікації рекламного характеру. Туристична реклама в газетах. Рубрична реклама. Макетна реклама.Реклама в журналах. Позиційний ефект. Ефект контрасту. Ефект вражень.Розмір рекламного звернення. Привабливість рекламного звернення. Фактор повторюваності. Текст. Ритм тексту. Фог-індекс. Шрифт. Розмір шрифту (кегль). Радіореклама.

***Тема 7. Особливості телереклами. Туристична реклама в мережі Інтернет.*** Туристична реклама по телебаченню. Рекламний ролик. Бліц-ролик. Розгорнутий ролик. Рекламно-демонстраційні ролики. Ефект надокучливої мухи. "Учбовий політ". "Випробування зразків". Фокусовані інтерв'ю. Носій зображення. Комп'ютерна графіка. "Пілоти". Інтерактивне телебачення. Туристична реклама в Інтернеті. Електронна пошта . Розміщення реклами та оголошень у визначених комерційних телеконференціях. Веб-сервер і робота з ним. Використання жовтих сторінок. Використання cookie файлів. Віртуальний туризм.

***Тема 8. Оцінка ефективності реклами*** Економічна ефективність реклами. Рентабельності реклами. Метод "ефект-витрати". Показник ефективності витрат на рекламу у порівнянні з іншими компаніями-конкурентами. Комунікативна (інформаційна) ефективність реклами. Попередній аналіз. Ідентифікація. Доступність для розуміння. Надійність. Сугестивність. Позитивний інтерес. Попередні дослідження. Метод прямої оцінки. Пакетний метод. Лабораторний метод. Поточний аналіз. Послідуючий аналіз. Відгук з допомогою. Відгук без допомоги. Метод Геллапа-Робінсона. Метод Старча. Метод тайників. Метод купонів. Рекламний ефект взаєморозуміння. Апробація тексту. Новітні технології рекламування.

***Тема 9.*** ***Вплив реклами на підсвідомість***. Нейролінгвістичне програмування (НЛП). Еріксоніанський (прихований) гіпноз. Використання ритмічної музики, мигаючого світла та блимаючої крапки.

***Тема 10. Міжнародна туристична реклама.***Міжнародний маркетинг. Туристична реклама на зовнішніх ринках. Огляд рекламного законодавства різних країн.

**VІ. Назва кафедри та викладацький склад,** який забезпечуватиме викладання курсу:кафедра туризму**,** професор Обозний В.В., доцент Кравченко А.В.

**VП. Обсяги навчального навантаження та терміни викладання курсу.**

На вивчення дисципліни відводиться: 120 годин ( 3 кредити ЄКТСМ), з яких: лекційних -17 годин; практичних -34 годин; самостійної роботи - 69 годин;.

Дисципліна викладається у 5 семестрі.

**VШ Основні інформаційні джерела до вивчення дисципліни.**

1. Джефкінс Ф. Реклама. Практичний посібник.-К.: Знання,2008.-565 с.
2. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: Навч. посібник. -К, 2014. - 272 с.
3. Миронов Ю.Б.,Крамар Р.М, Основи рекламної діяльності. к. - Дрогобич, 2007.-108 с.

**ІХ. Система оцінювання.**

Поточний контроль: оцінювання виконання завдань на практичних заняттях, оцінювання контрольних модульних робіт, виконання творчих індивідуальних завдань. Підсумковий контроль: залік у 5 семестрі.

**АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**«ОРГАНІЗАЦІЯ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»**

**І. Основна мета засвоєння курсу:** формування у студентів теоретичних знань та практичних знань навичок у сфері виставково-туристичної справи.

 **П. Місце навчальної дисципліни в програмі підготовки фахівців напряму.**

Курс є синтетичним: його вивчення базується на концепціях і поняттях менеджменту, стратегічного управління, маркетингу, фінансового менеджменту, фінансово-економічному аналізі. В цілому вивчення теоретичних і практичних питань курсу дасть змогу студентам виробити вміння обґрунтовувати доцільність і результативність запроваджуваних проектних заходів у виставковій діяльності сфері, виявляти резерви підвищення ефективності рекламної діяльності, розробляти заходи щодо їх використання, знаходити найбільш раціональні шляхи інноваційно-інвестиційного виставкового проектування в умовах ринкової економіки..

**Ш. Завдання дисципліни:** 1) засвоєння ключових понять і принципів виставкової діяльності; 2) формування базових уявлень про організацію та проведення виставки;

3) оволодіння практичними вміннями та навичками організації виставкових проектів.

**ІУ. Основні результати навчання і компетентності**:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №  | Результати навчання | Компетентності |
| 1. |  **знати:** сучасні тенденції розвитку у сфері виставкової діяльності; специфічні риси підготовки та проведення виставкок в Україні; основи діяльності зі створення комерційно успішного виставкового проекту;  **вміти:** орієнтуватися у спеціальній літературі, присвяченій особливостям організації виставково-туристичного проекту; орієнтуватися у етапах створення виставково-туристичного проекту.  | - здатність обґрунтовувати вибір рішення щодо прийняття участі у відповідному виставковому заході;- - здатність розробляти виставкові проекти туристичного спрямування;- здатність до проектування і виготовлення стендового експози-ційного комплексу;- здатність використовувати логістику як виставковий конвейер, що охоплює всю виставкову компанію**.** |

 **ІУ Короткий зміст дисципліни .**

МОДУЛЬ І. ОСНОВИ ВИСТАВКОВО-ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

**Тема 1. Поняття, класифікація, значення виставок і ярмарок.** Сутність і завдання виставкової діяльності. Відмінність виставок і ярмарок. Класифікація виставок. Місце виставок в системі маркетингових комунікацій.

**Тема 2. Розвиток і сучасний стан виставкової діяльності.** Історичний аспект появи і розвитку ярмарково-виставкової діяльності. Міжнародні спеціалізовані торгівельні виставки. Будівництво спеціальних виставкових павільйонів. Форування принципів виставкової експозиції.

**Тема 3. Міжнародний туристичний бізнес як феномен сучасного світу.** Зростання значення національного і міжнародного туристичного бізнесу. Чинники розвитку міжнародного туристичного бізнесу Моделі управління туристичним бізнесом за кордоном.

**Тема 4. Становлення та розвиток виставкової діяльності в Україні** Концепція розвитку виставкової діяльності в Україні. Класифікація виставок. Місце виставки в системі маркетингових комунікацій. Відомі виставкові заходи. Характеристика окремих виставок.

МОДУЛЬ П. ОРГАНІЗАЦІЯ І УЧАСТЬ У РОБОТІ ВИСТАВКИ.

**Тема 5. Проектування і виготовлення стендового експозиційного комплексу.** Розробка дизайн-проекту виставкового стенду. Технічне завдання для розробки дизайн-проекту. Типи виставкового стендового комплексу. Критерії розподілу виставкових стендів за місцем розміщення. Вимоги до оформлення виставкового стендового комплексу. Види виставкових стендів

**Тема 6. Основні етапи створення виставкового стенду.** Дизайн-проект виставкового стенду та його елементи: мобільні стенди, рекламні поверхні, стелажі, полиці та вітрини для експонатів.,..

**Тема 7. Логістика виставкової діяльності.** .Логістика як виставковий конвейер, що охоплює всю виставкову компанію**.** Об»єкти логістичного дослідження та оптимізації у виставковій діяльності (матеріальні людські, інформаційні, фінансові потоки). Оптимізація головного обслуговуючих потоків: зустріч відвідувачів,організація контактів, перемовини. Ефективність логістики виставкової діяльності.

**Тема 8. Організація роботи під час виставки**. Етапи роботи з відвідувачами виставки. Зустріч відвідувачів. Організація контактів. Перемовини. Методи організації нових потоків відвідувачів виставки. Форми аналізу відвідувачів виставкового стенду. Робота після закриття виставки.

**УІ. Кафедра та викладацький склад,** який забезпечуватиме викладання курсу: кафедра туризму, професор Обозний В.В., доцент Борисова О.В., доцент Романенко О.В.

**УП.Обсяги навчального навантаження та терміни викладання курсу.**

На вивчення дисципліни відводиться: 120 годин ( 4 кредити ЄКТСМ), з яких: лекційних -17 годин; лабораторних -34, самостійної роботи - 69 годин.. Дисципліна викладається у 5 семестрі.

**УШ Основні інформаційні джерела до вивчення дисципліни.**

1. Про заходи щодо поліпшення виставкової діяльності в Україні: Указ Президента України від 30 жовтня 1996 року №1015/96 ( в ред.. від 12.02.2006) .

2. Грищенко І.М. Ринкові аспекти виставкової діяльності в Україні на сучасному етапі // Актуальні проблеми економіки.-2006.-№9,-С.113-119.

3. Критсотакис Я.Г. Торговые выставки и ярмарки. Техника участия и коммуникации.-М., 1997.

**ІХ. Система оцінювання.**

Поточний контроль: оцінювання виконання завдань на практичних заняттях, оцінювання контрольних модульних робіт, виконання творчих індивідуальних завдань. Підсумковий контроль: залік У семестрі.

**АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**«ЗАПОВІДНА СПРАВА»**

**І. Основна мета засвоєння курсу:** одержання наукових знань і практичного підґрунтя у проведенні природоохоронної діяльності, формування у студентів системного екологічного мислення.

**П. Місце навчальної дисципліни в програмі підготовки фахівців.**

Навчальна дисципліна знайомить студентів з міжнародними принципами, підходами та національними законодавчими і нормативними основами охорони природи, збалансованого природокористування з метою гармонізації відносин в системі «суспільство-природа». Вона несе екоцентричну функцію та сприяє формуванню екологічної свідомості у студентів.

**Ш. Завдання дисципліни:** 1**)**  ознайомлення із заповідною справою в Україні та мережею заповідних територій; 2) визначення ролі заповідної справи у вирішенні локальних, регіональних та глобальних екологічних проблем; 3) екологічні аспекти у туристичній діяльності.

**ІУ. Основні результати навчання і компетентності**:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№**  | **Результати навчання** | **Компетентності** |
| 1. | ***знати:*** основні категорії природно-заповідних об’єктів; екологічні, юридичні та економічні засади функціонування заповідних об’єктів на території України; систему управління природно-заповідним фондом; ***вміти:*** визначати режими збереження заповідних екосистем та ландшафтів; оцінювати вплив антропогенних факторів на заповідні екосистеми; організовувати еколого-просвітницьку діяльність у туристичній діяльності. | – здатність використовувати знання та нормативні документи з охорони природи в туристичній діяльності;– здатність планувати реалізовувати розвиток туризму на територіях природно-заповідного фонду; – здатність планувати та проводити еклого-туристичні заходи; – здатність ефективно використовувати у туризмі відомчі матеріали заповідних територій для моделювання екологічних ситуацій. |

**ІУ. Короткий зміст дисципліни.**

***Тема 1. Заповідна справа***: ***мета, завдання, об’єкт, предмет і методи досліджень***. Сутність природно-заповідної справи. Заповідна справа як наукова дисципліна. Поняття та зміст заповідної справи. Критерії ЮНЕСКО щодо забезпечення видів охороною. Охорона раритетних види та раритетних угруповань. Таксономічна ємність екосистем та наслідки втрати раритетів. Проблема виникнення таксономічної однорідності у просторі.

***Тема 2. Організаційно-правові засади охорони і використання територій та об’єктів природно-заповідного фонду України***. Організація та функціонування природно-заповідного фонду України. Правове регулювання використання природоохоронних територій України Історія формування законодавства України про заповідні об’єкти. Поняття, об’єкти та джерела екологічного права. Органи державного управління в екологічній сфері, їх завдання та функції. Органи спеціального державного управління в екологічній сфері, їх завдання та функції.. Основні положення державного кадастру об'єктів природно-заповідного фонду Поняття про категорії природоохоронних територій. Міжнародні класифікації природоохоронних територій. Правове регулювання зеленого туризму.

***Тема 3.*** ***Класифікація природоохоронних територій***. Заповідання та заповідні території. Критерії відбору заповідних територій. Заповідний режим: абсолютним, частковим, контрольованої господарської діяльності. Природоохоронна територія та її категорії. Міжнародна кваліфікація природоохоронних територій. Система природних територій та об’єктів, що підлягають особливій охороні. Національна кваліфікація природоохоронних територій. Природні та штучно створені території та об’єкти ПЗФ. Території та об’єкти ПЗФ міжнародного, загальнодержавного та місцевого значення.

***Тема 4. Створення та проектування територій ПЗФ.*** Мета та завдання створення об’єктів природно-заповідного фонду. Етапи створення територій природно-заповідного фонду. Функції заповідних екосистем різних категорій та їх оцінка на прикладі різних природно-заповідних об'єктів світу. Принципи і напрями розвитку екологічної освіти в установах природно-заповідного фонду України. Поняття про територіальну організацію ПЗФ. Функціональне зонування. Режими збереження екосистем. Концепція екомережі та розбудова національної екологічної мережі України. Критерії і принципи формування екологічної мережі України.. Створення системи транскордонних природоохоронних територій. Формування панєвропейської стратегії збереження біоти та природних середовищ існування.

***Тема 5. Природоохоронна діяльність у межах ПЗФ***. Режими охорони та їх реалізація. Загальний порядок використання та контролю територій та об’єктів ПЗФ. Пріоритетні напрями наукових досліджень у галузі природно- заповідної справи. Управління функціонуванням екосистем або менеджмент екосистем. Відновлення екосистем та їх компонентів. Концепція збалансованого розвитку в контексті охорони природи. Рекреаційна діяльність у межах природно-заповідного фонду. Збереження та відновлення етнічних традицій природокористування. Освітньо-виховна діяльність. Участь громадськості у природоохоронній діяльності.

***Тема 6. Структура та зонально-регіональні особливості ПЗФ України та світу*** .Облік територій і об’єктів природно-заповідного фонду. Загальна характеристика природно-заповідного фонду України. Зонально-регіональний огляд природно- заповідних територій та об’єктів України. Природоохоронні території лісової зони. Природоохоронні території лісостепової зони. Природоохоронні території степової зони. Заповідники та природні парки Карпат. Транскордонні території та об’єкти. Характеристика природно-заповідних територій країн світу.

**УІ. Назва кафедри та викладацький склад,** який забезпечуватиме викладання курсу: кафедра туризму, доцент Борисова О.В., старший викладач Головко В.В.

**УП. Обсяги навчального навантаження та терміни викладання курсу.**

На вивчення дисципліни відводиться: 120 годин ( 4 кредити ЄКТСМ), з яких: лекційних -17 годин; практичних -34 годин; самостійної роботи - 69 годин;. Дисципліна викладається у 5 семестрі.

**УШ**: **Основні інформаційні джерела до вивчення дисципліни.**

1. Андрієнко Т.Л. Заповідна справа в Україні – Київ, 2005. – 306 с
2. Гродзинський М.Д. Заповідна справа в Україні. – К.:, 2003. – 306 с
3. Заповідна справа: підручник / В.Д. Солодкий та ін. – Чернівці, 2005. – 288 с.
4. Борейко В.Е. История заповедного дела в Украине . – К.: Киевский ЗНЦ, 1995. – 183 с.

**ІХ. Система оцінювання.**

Поточний контроль: оцінювання виконання завдань на практичних заняттях, оцінювання контрольних модульних робіт, виконання творчих індивідуальних завдань. Підсумковий контроль: залік у 5 семестрі.

**АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**«СТАТИСТИКА У ТУРИЗМІ»**

**І. Основна мета засвоєння курсу:** набуття студентами практичних навичок у використанні статистичних методів.

**ІІ. Місце навчальної дисципліни в програмі підготовки фахівців  напряму**.

Навчальна дисципліна сприяє засвоєнню основ системи сучасних статистичних методів для організації практичної діяльності в туристських установах та сприяє використанню досягнень вітчизняних та закордонних дослідників і практиків з проблематики дисципліни «Статистика».Дисципліни, на які безпосередньо спирається даний курс: Основи економічної теорії. Бухгалтерський облік. Аудит. Маркетинг. Бізнес-планування. Стратегічний менеджмент. Фінансово-економічний аналіз. І

**ІІІ. Завдання дисципліни:** 1) формування теоретичних знань та практичних навичок статистичної оцінки економічних і соціальних явищ і процесів; 2) оволодіння методами статистичного аналізу; 3)проводити статистичні дослідження, обчислювати узагальнюючі показники, будувати статистичну таблиці, графіки, індекси, виявляти закономірності та тенденції розвитку досліджуваних явищ і процесів.

**ІV.Основні результати навчання і компетентності**:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№**  | **Результати навчання** | **Компетентності** |
| 1. | ***Знати:*** основи економічної і соціальної статистики; діяльності обліково-контрольної та адміні-стративно-господарської роботи; використання стандартних методик на основі даних статистичної звітності, бухгалтерського обліку .***Вміти:***; працювати з основними джерелами статистичної інформації і довідковою літературою; оцінювати результати господарської діяльності підприємств, організацій та установ за допомогою статистичних показників і статистичних методів; системно аналізувати діяльність підприємств, організацій та установ за допомогою статистичних показників. | -готовність використовувати сучасні досягнення науки і передової технології статистики;-здатність аналізувати діяльність підприємств, організацій та установ за допомогою статистичних показників і статистичних методів; -здатність до використання даних статистичної звітності, бухгалтерського обліку та спеціальних досліджень для підвищення економічної та соціальної ефективності підприємств, організацій та установ у сфері туризму; - здатність оцінювати результати господарської діяльності підприємств, організацій та установ за допомогою статистичних показників і статистичних методів; |

**V. Короткий зміст дисципліни .**

***Тема1.Туризм як об’єкт статистичного вивчення.*** Предмет, метод і завдання статистики туризму. Історія розвитку статистики туризму. Базові поняття й категорії статистики туризму з точки зору попиту . Класифікації продуктів і видів діяльності в туризмі. Напрями статистичних досліджень у туризмі. Державні статистичні спостереження в туризмі.

***Тема 2. Методологічні основи статистики***. Основні категорії та класифікації у статистиці колективних засобів розміщування (КЗР). Узагальнюючі характеристики діяльності колективних засобів розміщування. Показники доходів і витрат КЗР та їх статистичний аналіз . Аналіз розподілів у статистиці колективних засобів розміщування .

***Тема 3. Особливості статистичного дослідження в туризмі***. Статистичне спостереження в туризмі. Групування та класифікації статистики туризму. Вибірковий метод спостереження. Система статистичних показників. Методи аналізу взаємозв’язків факторів туристичної діяльності . Питання узагальнення статистичних даних.

***Тема 4. Індексні моделі в статистиці колективних засобів розміщування***. Функції індексів у статистичному дослідженні колективних засобів розміщування. Система взаємозв’язаних індивідуальних індексів у статистиці КЗР. Зведені індекси та їх системи в статистиці КЗР. Аналіз динаміки та впливу факторів середньої ціни за один людино-день (ліжко-день) . Багатофакторні мультиплікаційні моделі в статистиці КЗР та їх аналіз .

 ***Тема 5. Статистика туристських потоків.*** Завдання статистики туристських потоків. Показники туристопотоків за даними Державної прикордонної служби України. Показники туристопотоків за даними звітів колективних засобів розміщування. Показники туристопотоків за даними суб’єктів туристичної діяльності. Характеристики попиту на послуги суб’єктів туристичної діяльності та їх аналіз. Аналіз динаміки та впливу факторів середньої тривалості туру.

 ***Тема 6. Аналіз інтенсивності розвитку та сезонності туристопотоків***. Основні та середні характеристики динаміки туристських потоків. Аналіз тенденцій розвитку туристопотоків. Комплексна оцінка сезонності туристопотоків.

***Тема 7. Статистика засобів з розміщення туристів.*** Сучасні класифікації засобів з розміщення туристів. Основні показники діяльності колективних засобів з розміщення туристів. Аналіз динаміки та впливу факторів показників підприємств готельного господарства.

***Тема 8. Статистика туристських витрат і туристського споживання.*** Проблеми визначення місця туризму в економіці країни. Визначення туристських витрат та туристського споживання. Державні вибіркові опитування відвідувачів щодо визначення обсягу туристських витрат. Методологічні основи проведення вибіркових спостережень у туризмі. Факторний аналіз витрат відвідувачів

**VІ. Назва кафедри та викладацький склад,** який   забезпечуватиме викладання курсу: кафедра туризму, доцент Кравченко А.В., викладач Бартош Л.П.

**VII. Обсяги навчального навантаження та терміни викладання курсу.**

На вивчення дисципліни відводиться: 120 годин ( 4 кредити ЄКТСМ), з яких: лекційних -17 годин;  практичних -34 годин;  самостійної роботи - 69  годин. Дисципліна викладається у 5 семестрі.

**VIII Основні інформаційні джерела до вивчення дисципліни.**

1. Ковалевський Г.В. Статистика. Підручник. – Харків, 2009

3. Статистика. / Под. ред. И.И.Елисеевой.-М., 2006

4. Лагунін О.Є, Білоусова С.В. Статистика. –К., 2005.

**ІХ. Система оцінювання.**

Поточний контроль: оцінювання виконання завдань на практичних заняттях, оцінювання контрольних модульних робіт, виконання індивідуальних завдань. Підсумковий контроль: залік у 5 семестрі.