

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Ректор



К.В. Балабанов

«18» травня 2018 р.

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«ТУРИЗМ»

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ Другий (магістерський) рівень
(назва рівня вищої освіти)

СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ Магістр
(назва ступеня вищої освіти)

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ 24 Сфера обслуговування
(шифр та назва галузі знань)

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 242 Туризм
(код та найменування спеціальності)

Туризм

Назва освітньо-професійної програми

Спеціалізація (за необхідністю) «Туристична діяльність»

«Міжнародний туризм»

СХВАЛЕНО

Протокол засідання Вченої ради МДУ

від 17.05.2018 № 11

Освітня програма вводиться в дію з вересня 20 18 р.

Ректор К.В. Балабанов

(наказ № 191 від 18 травня 20 18 р.)

«18» травня 2018 р.

I Преамбула

1. Розроблено і внесено кафедрою менеджменту Маріупольського державного університету
2. Затверджено та надано чинності рішенням Вченої ради МДУ від 14.05.2018 р. протокол № 11.
3. Розробники програми
Омельченко Володимир Якович, д.е.н., професор кафедри менеджменту МДУ, керівник проектної групи.
Черніченко Геннадій Олександрович, д.е.н., професор кафедри менеджменту МДУ.
Мацука Вікторія Миколаївна, к.е.н., доцент кафедри менеджменту МДУ.
Горіна Ганна Олександрівна, д.е.н., професор кафедри менеджменту МДУ.
Прасул Юлія Іванівна, к.г.н., доцент кафедри менеджменту МДУ.

Рецензенти:

- Капранова Лариса Григорівна**, к.е.н., доцент, зав. кафедри економічної теорії і підприємництва ВНЗ «ПДТУ»;
- Політик Олена Анатоліївна**, віце-президент Донецької торговельно-промислової палати.

II Загальна характеристика

Рівень освіти	вищої	Другий (магістерський) рівень
Ступінь освіти	вищої	Магістр
Галузь знань		24 Сфера обслуговування
Спеціальність		242 Туризм
Обмеження щодо форм навчання		_____
Освітня кваліфікація		Магістр з туризму
Професійна(і) кваліфікація(ї) (тільки для регульованих професій)		_____
Кваліфікація дипломі	в	Магістр з туризму
Опис предметної області		Об'єкти вивчення: туризм як суспільний феномен, складна соціо-еколого-економічна система, яка охоплює різноманітні природно-географічні, соціо-культурні, екологічні, економічні, організаційно-правові аспекти; туризм як сфера професійної діяльності та бізнес в індустрії туризму (процеси формування, просування, реалізації та організації споживання туристичного продукту, послуг суб'єктів туристичної діяльності).

	<p>Мета: забезпечити підготовку висококваліфікованих фахівців з туризму, здатних проваджувати ефективну туристичну діяльність та забезпечувати відповідний рівень конкурентоспроможності туристичних послуг, проводити оригінальні самостійні наукові дослідження та здійснювати науково-педагогічну діяльність. Набуті компетентності можуть бути застосовані майбутніми фахівцями на посадах керівників туристичних фірм, агенцій, операторів, провідних спеціалістів місцевих департаментів з управління та розвитку туристичної діяльності та ін.</p> <p>Теоретичний зміст предметної області:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основні поняття: туризм, турист, сфера туризму, форми та види туризму, туристичні ресурси, об'єкти та атракції туризму; туристичний продукт, екскурсія, туристична дестинація, туристична діяльність, туристичний сервіс, індустрія туризму, туристична інфраструктура, ринок туристичних послуг, суб'єкти туристичного бізнесу; - концепції: гуманістична, глобалізаційна, геопросторової організації, глокалізації, національної ідентичності, патріотично-виховна, сталого розвитку; інформаційна, холістичного маркетингу, сервісна, постіндустріальна; - принципи: студентоцентричний, компетентнісно-орієнтований, практико-орієнтований, міждисциплінарний; - методи, методики та технології: методи вивчення ринку туристичних послуг, його сегментування, аналізу ризиків туристичного бізнесу, технології організації туристичних подорожей та ін. - інструменти та обладнання: володіння інформаційними технологіями та комп'ютерною технікою.
<p>Фокус програми: загальна/ спеціальна</p>	<p>Акцент на глибоку професійно-практичну підготовку студентів, що дозволяє сформуванню знання, які опираються на найновіші дослідження в сфері туризму. Програма дозволяє всебічно вивчити специфіку здійснення туристичної діяльності та особливості обслуговування туристів як на вітчизняному, так і на міжнародному ринках.</p>
<p>Орієнтація програми</p>	<p>Професійно-наукова: освітньо-професійна програма орієнтована на сучасні особливості міжнародної туристичної діяльності; структура програми передбачає динамічне, інтегративне та інтерактивне навчання; дисципліни та модулі, що включені в програму, орієнтовані на актуальні напрями, в рамках яких можлива подальша професійна та наукова кар'єра здобувача.</p>
<p>Академічні права випускників</p>	<p>Можливість навчатися за програмою доктора філософії галузі знань «Сфера обслуговування». Можливість адаптуватися до таких напрямів суміжної професійної діяльності як маркетингова, економічна та управлінська.</p>
<p>Працевлаштування випускників (для регульованих професій - обов'язково)</p>	<p>Робочі місця в компаніях-туроператорах, турагентствах, туристичних фірмах, на підприємствах туристичної галузі будь-яких організаційно-правових форм на посадах: туроператор туристичної агенції; турагент (менеджер) туристичної агенції; екскурсивод; інструктор, інспектор з туристичних подорожей; референт з туризму; інструктор-методист з туризму; фахівець готельно-ресторанної сфери; фахівець з туризму в органах виконавчої влади; викладач з туризму у вищих навчальних закладах; технік у науково-дослідних, проектно-розшукових, планових державних, комерційних, геоінформаційних та інших установах природознавчого, економічного, адміністративно-</p>

	управлінського, туристичного, екологічного і природоохоронного профілів.
--	--

III Обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти. Тип диплому.

Обсяг освітньої програми магістра становить 90 кредитів ЄКТС.

Нормативна частина – 75%, варіативна частина – 25%.

Тип диплому: одиничний ступінь.

IV Перелік компетентностей випускника

Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у галузі туристично-рекреаційної діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та здійснення інновацій, характеризується невизначеністю умов і вимог.	
Загальні компетентності	Уміння спілкуватися у сучасному бізнес-середовищі.	КЗ 1
	Знання та розуміння фахових особливостей предметної області діяльності.	КЗ 2
	Набуття гнучкого мислення, відкритість до застосування знань у широкому діапазоні можливих місць роботи та повсякденному житті.	КЗ 3
	Здатність до навчання та готовність підвищувати рівень своїх знань.	КЗ 4
	Здатність до проведення комплексних досліджень, аналізу та синтезу інформації на основі логічної структуризації науково обґрунтованих фактів.	КЗ 5
	Здатність працювати з інформацією, зокрема в глобальних комп'ютерних мережах. Уміння знаходити та аналізувати інформацію з різних джерел.	КЗ 6
	Уміння ідентифікувати, формулювати та розв'язувати задачі.	КЗ 7
	Уміння приймати обґрунтовані рішення.	КЗ 8
	Уміння працювати самостійно та в команді.	КЗ 9
	Уміння розробляти та керувати проектами та забезпечувати якість виконуваних робіт.	КЗ 10
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності	Здатність до використання методологічного апарату наукових досліджень для вирішення теоретичних і прикладних завдань, що постають перед фахівцями туристичної галузі.	КП 1
	Навички щодо розробки стратегій розвитку туристичної діяльності на регіональному, муніципальному рівні; здатність оцінювати і здійснювати техніко-економічне обґрунтування інноваційних проектів в туристичній індустрії на різних рівнях.	КП 2
	Здатність використовувати способи прийняття управлінських рішень, адекватних вимогам туристського ринку, формувати організаційні структури та здійснювати поточне і стратегічне планування туристичного сервісу.	КП 3
	Уміння використовувати методологічні та методичні підходи до оцінки природно-ресурсного потенціалу туризму.	КП 4
	Здатність визначати адекватний потребам ринку перелік туристичних напрямів (дестинацій) і географію подорожей,	КП 5

	а також мотиви та споживчі характеристики туристичних послуг.	
	Уміння знаходити та оцінювати нові ринкові можливості створення та пропозиції нових туристичних продуктів з урахуванням потреб цільових груп споживачів; навички організації процесів сервісного обслуговування і реалізації туристичного продукту; володіння прийомами і методами оцінки якості та результативності туристичних послуг підприємства.	КП 6
	Здатність проводити комплексні маркетингові дослідження і моніторинг ринку туристичних послуг, а також здійснення ефективної маркетингової взаємодії із споживачами туристичного продукту.	КП 7
	Здатність застосування теоретичних положень, практичних навичок з організації туризму на різних ієрархічних рівнях та в різних туристських регіонах світу і в Україні.	КП 8
	Здатність дотримуватися етичних та правових норм, що з урахуванням соціальної політики держави регулюють відносини людини з людиною, суспільством, навколишнім середовищем.	КП 9
	Вміння аналізувати діяльність туристичної фірми та її структурних підрозділів за певний період, користуючись плановою і звітною документацією, статистичними показниками, стандартними методиками й програмно-інформаційним інструментарієм.	КП 10
	Здатність до обґрунтування, формування та реалізації туристичного продукту з використанням інформаційних і комунікативних технологій.	КП 11
	Для вибіркового блоку	
	Володіння інструментами економічного, соціально-психологічного та адміністративного управління колективами підприємств туристичної індустрії.	КП 12
	Здатність до організації принципово нової форми рекреаційної діяльності, орієнтованої на пізнання природи, мінімізацію шкоди довкіллю та підтримку етнокультури.	КП 13
	Вміння сприймати новоздобуті знання з теорії управління туристичною діяльністю та міжнародного туризму та інтегрувати їх із уже наявними.	КП 14

V Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання

1. Результати навчання, що визначають нормативний зміст підготовки:

Результати навчання	Шифр результату навчання
Уміння спілкуватись, включаючи усну та письмову комунікацію українською та іноземною мовами (англійською, німецькою, італійською, французькою, іспанською); здатність використання різноманітних методів, зокрема сучасних інформаційних технологій, для ефективного спілкування на професійному та	РН 1

соціальному рівнях; здатність адаптуватись до нових ситуацій та приймати відповідні рішення.	
Володіння поглибленими загальними та професійно-профільними знаннями і практичними навичками для формування принципів розвитку і підвищення ефективності діяльності корпорацій туристичної галузі, ресторанного та готельного бізнесу, специфічних напрямків екскурсійної діяльності, міжнародного туризму та ін.	PH 2
Здатність діяти громадянські свідомо на основі загальнолюдських ціннісних орієнтирів, вміння застосовувати основні принципи функціонування сучасного суспільства сталого розвитку та його соціальних інститутів в умовах ринкових відносин; розвивати вміння вчитися упродовж життя з високим ступенем автономії, розробляти власну траєкторію саморозвитку.	PH 3
Здатність критично оцінювати явища, ситуації, діяльність осіб, спираючись на отриманні знання, зокрема ситуаційного та самоменеджменту; діяти соціально відповідально та громадянські свідомо на основі загальнолюдських ціннісних орієнтирів.	PH 4
Здатність до збору, обробки, збереження, продукування і передачі професійно важливої інформації з метою її використання в рамках професійного, дослідницького контенту; уміння донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності, здатність генерувати нові ідеї; знання та навички роботи з експертними джерелами інформації.	PH 5
Володіння поглибленими професійно-профільними знаннями і практичними навичками використання спеціального програмного забезпечення на базі глобальної мережі Інтернет, щодо вирішення конкретних завдань дослідження розвитку та підвищення ефективності діяльності підприємств туристичної сфери і готельно-ресторанного бізнесу.	PH 6
Здатність самостійно приймати управлінські рішення та вирішувати завдання щодо розробки стратегічних і тактичних заходів для забезпечення конкурентоспроможності туристичних послуг фірми на внутрішньому та зовнішніх ринках.	PH 7
Здатність самостійно формувати комунікаційну стратегію; працювати в команді з дотриманням етичних норм та цінностей мультикультурного суспільства; спілкуватися рідною та іноземною мовами усно та письмово.	PH 8
Здатність до обґрунтування інноваційних, інвестиційних, антикризових, соціальних проектів на підприємствах туристичної сфери; уміння оцінювати ефективність та результативність впровадження проектів (інновацій); навички якісного формування альтернативних стратегічних напрямів розвитку туристичних організаційних систем.	PH 9
Глибокі знання методології наукових досліджень, навички використання різноманітних методів наукового дослідження; здатність на основі методології системного аналізу визначати вектори розвитку туристичних фірм відповідно до стратегічних напрямів діяльності на внутрішньому та міжнародному туристичному ринках; володіння методикою збору, обробки, зберігання, продукування, аналізу і синтезу інформації професійного та наукового характеру.	PH 10
Вміння за допомогою системного аналізу потенціалу підприємства та факторів зовнішнього середовища формулювати місію організації, розробляти стратегічні цілі та завдання діяльності підприємств сфери туризму, готельно-ресторанного бізнесу та ін.; вміння визначати стратегію і тактику ресурсного забезпечення економічної діяльності туристичних фірм, у т.ч. міжнародної; глибокі знання щодо розробки інвестиційно-інноваційних проектів,	PH 11

антикризових програм управління туристичними фірмами; знання і уміння використовувати методи маркетингової та логістичної діагностики, щодо інноваційних та інвестиційних можливостей туристичної організації.	
Здатність формувати альтернативні стратегічні напрями розвитку організаційних систем туристичного бізнесу; вміння обґрунтовувати та розробляти плани впровадження новітніх туристичних продуктів відповідно до вимог ринку; володіння навичками розробки стратегічних і поточних заходів для забезпечення якості туристичного сервісу на внутрішньому та зовнішніх ринках.	PH 12
Вміння розробляти на основі визначення ключових методологічних аспектів ефективну стратегію діяльності туристичного підприємства, з метою підвищення конкурентоспроможності туристичних послуг та ефективності використання природно-ресурсного потенціалу.	PH 13
Вміння розробляти на основі визначення ключових методологічних аспектів ефективну стратегію діяльності туристичного підприємства, з метою підвищення конкурентоспроможності туристичних послуг та ефективності використання природно-ресурсного потенціалу.	PH 14
Володіти знаннями в галузі етнічних, соціально-культурних, історичних, географічних та інших особливостей туристичних регіонів з метою формування адресного туристичного продукту та забезпечення високого рівня якості туристичних послуг; навички здійснення сегментації туристичного ринку на основі мотивів та споживчих характеристик туристичних послуг.	PH 15
Володіння глибокими знаннями в галузі формування та реалізації туристичного продукту на основі стратегічного маркетингу та управління корпораціями в туризмі, а також логістичного сервісу; вміння створювати ефективні комунікаційно-організаційні структури та зовнішні інтеграційні об'єднання для забезпечення якісного туристичного обслуговування клієнтури; здатність давати оцінку потреб цільових груп споживачів туристичних продуктів з метою підвищення якості формування комплексу маркетингу туристичної фірми.	PH 16
Володіння навичками комплексного використання інструментарію маркетингу щодо удосконалення процесів вибору цільового ринку туристичними підприємствами; глибокі знання щодо проведення постійного моніторингу національного та міжнародного туристичного ринку з метою підвищення якості обслуговування клієнтів фірми, вибору найбільш конкурентоспроможних напрямків туристичних подорожей; вміння розробляти засоби комунікативного впливу на модель поведінки цільових споживачів туристичного продукту.	PH 17
Вміння організовувати туристичні заходи в спеціалізованих сферах туристичної діяльності, у відповідності до міжнародних та національних стандартів, правил та вимог до якості туристичних послуг, зокрема в сфері спортивного, індустріального, мисливського, пригодницького та інших видах туризму.	PH 18
Знання основ теорії держави і права, основних прав і свобод людини, методів правового регулювання економіки, захисту навколишнього середовища; розуміння сутності природно-суспільних явищ, теорій, принципів та основ розвитку туристичної сфери, природи і мислення, уміння оперувати соціально-філософськими категоріями та поняттями.	PH 19
Володіння методиками аналізу, оцінки ефективності та розрахунку фінансово-економічних показників діяльності туристичного підприємства, організації, підрозділу; навички опрацювання первинної звітності, підбиття підсумків та аналізу результатів роботи туристичної організації.	PH 20

Для вибіркового блоку	
Вміння застосовувати принципи електронної комерції і логістики з метою організації рекламних заходів щодо просування туристичного продукту, впровадження системи електронних замовлень, організації системи розрахунків та електронного контролю за якістю виконання замовлень; здатність удосконалити управлінські взаємозв'язки між підрозділами та службами туристичного підприємства щодо просування турпродукту, підвищення якості обслуговування споживачів.	PH 21
Здатність формувати кадрову стратегію у відповідності до корпоративної стратегії та життєвого циклу туристичної організації; вміння визначати потреби працівників, розробляти й впроваджувати комплексні мотиваційні програми; здатність створювати систему зворотного зв'язку в організації з метою здійснення дієвого контролю за виконанням структурними підрозділами туристичної фірми своїх функціональних обов'язків.	PH 22
Володіння навичками диференціації туристичних пропозицій на основі урахування рекреаційного потенціалу, існуючих етнокультур та вимог мінімізації екологічних загроз довкіллю; вміння створювати новітні комунікативні заходи щодо підтримки ефективних форм рекреаційної діяльності в туризмі.	PH 23
Здатність самостійно виконувати науково-дослідницьку, експертно-оцінювальну роботу в сфері аналізу туристичних ринків та процесів, що впливають на особливості, умови та перспективи надання туристичних послуг; вміння оцінювати вплив ринкових трансформацій на розвиток системи управління туристичною діяльністю та міжнародного туризму.	PH 24

2. Стиль та методика навчання

<i>А) Підходи до викладання та навчання</i>	Студентськоцентроване, самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання. Викладання проводиться у вигляді: лекції, мультимедійної лекції, інтерактивної лекції, семінарів, практичних занять, тренінгів, самостійної роботи (підготовка есе, презентацій, рефератів), науково-дослідної практики, виконання курсової та кваліфікаційної роботи.
<i>Б) Система оцінювання</i>	Оцінювання навчальних досягнень здійснюється в умовах кредитно-модульної організації освітнього процесу за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЄКТС (ECTS), національною 4-х бальною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») Форми контролю: <i>поточний контроль</i> - усне та письмове опитування, тестові завдання в тому числі комп'ютерне тестування, презентації тощо; <i>підсумковий контроль</i> – екзамени та заліки з урахуванням накопичених балів поточного контролю, захист курсової роботи та звіту з практики; <i>державна атестація</i> – підготовка та публічний захист (демонстрація) кваліфікаційної (магістерської) роботи.

3. Рекомендований перелік навчальних дисциплін і практик.

Обсяг освітньої складової освітньо-професійної програми підготовки магістра з туризму становить 90 кредитів ЄКТС.

Розподіл змісту освітньої складової програми за циклами дисциплін та критеріями нормативності і вибірконості наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Розподіл змісту освітньої складової за критеріями нормативності та вибіркості

Цикл дисциплін	Загальна кількість кредитів	У тому числі:	
		нормативні дисципліни, кредитів	вибіркові дисципліни, кредитів
Загальна підготовка	14 (16%)	14 (100%)	
Професійна підготовка	76 (84%)	52 (68%)	24(32%)
Усього для ступеня магістра	90 (100%)	66 (75%)	24 (25%)

Теоретичне навчання здійснюється на основі поєднання лекційних та семінарських (практичних) занять з самостійною роботою. Практична підготовка передбачає проходження науково-дослідної практики.

Формами підсумкового контролю з навчальних дисциплін є екзамени, заліки, а також диференційовані заліки, які проводяться для оцінювання якості навчання (табл. 2).

Таблиця 2

Перелік компонент ОПП

Код навчальної дисципліни	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів ЄКТС	Форма контролю
Обов'язкові компоненти ОПП			
ОК 1	Публічне адміністрування і соціальна відповідальність бізнесу	4	екзамен
ОК 2	Інформаційні системи і технології управління організацією	4	залік
ОК 3	Методологія та організація наукових досліджень	3	залік
ОК 4	Іноземна мова у професійному середовищі	3	екзамен
ОК 5	Стратегічне управління корпораціями у туризмі	6	екзамен
ОК 6	Управління проектами	4	екзамен
ОК 7	Фінансовий менеджмент	5	екзамен
ОК 8	Управління потенціалом та діагностика діяльності підприємств	5	екзамен
ОК 9	Управління інноваціями в туризмі	4	залік
ОК 10	Управління якістю в туризмі	3	залік

ОК 11	Бренд-менеджмент	4	залік
ОК 12	Курсова робота за фахом	3	диф.залік
ОК 13	Науково-дослідна практика (у тому числі підготовка кваліфікаційної роботи)	18	диф.залік
Усього з циклу обов'язкової підготовки		66	
Вибіркові компоненти ОПП			
Вибірковий блок 1 (туристична діяльність)			
ВБ 1.1	Ринок туристичних послуг	4	залік
ВБ 1.2	Актуальні проблеми туризму і сфери послуг	4	екзамен
ВБ 1.3	Поведінка споживачів послуг гостинності	3	залік
ВБ 1.4	Стратегічний менеджмент і маркетинг (за видами економічної діяльності)	5	екзамен
ВБ 1.5	Правове регулювання туристичної діяльності	4	залік
ВБ 1.6	Електронна комерція і логістика в туризмі	4	залік
Вибірковий блок 2 (міжнародний туризм)			
ВБ 2.1	Моніторинг світового ринку туристичних послуг	4	залік
ВБ 2.2	Актуальні проблеми туризму і сфери послуг	4	екзамен
ВБ 2.3	Економіка міжнародного туризму	5	екзамен
ВБ 2.4	Інноваційні моделі обслуговування іноземних туристів	3	залік
ВБ 2.5	Правове регулювання туристичної діяльності	4	залік
ВБ 2.6	Електронна комерція і логістика в туризмі	4	залік
Усього з циклу вибіркової підготовки		24	
Разом		90	

Логічна послідовність вивчення компонент освітньої програми представлена у вигляді графа (табл. 3).

Таблиця 3

Структурно-логічна схема підготовки

Семестр	Зміст навчальної діяльності (вказуються шифри дисциплін, обсяг кредитів)
1	ОК 3 (3); ОК 4 (3); ОК 5 (6); ОК 7 (5); ОК 9 (4); ОК 10 (3); ВБ 1.2 / ВБ 2.2 (4)
2	ОК 1 (4); ОК 2 (4); ОК 6 (4); ОК 8 (5); ОК 11 (4); ВБ 1.1 / ВБ 2.1 (4); ВБ 1.4 / ВБ 2.3 (5); ВБ 1.5 / ВБ 2.5 (4)
3	ВБ 1.3 / ВБ 2.4 (3); ВБ 1.6 / ВБ 2.6 (4); ОК 12 (3); ОК 13 (18)

Схематично співвідношення між результатами навчання та компетентностями представлено у вигляді матриці (Таблиця 4), рядки якої містять результати навчання (РН) за окремими дисциплінами освітньої

програми, а стовпці – компетентності (К), які студент набуває в результаті успішного навчання за даною освітньою програмою.

Таблиця 4

Матриця відповідності визначених ОПІ результатів навчання та компетентностей

Навчальна дисципліна / Програмні результати навчання		Компетентності																						
		Загальні компетентності										Спеціальні (фахові) компетентності												
		КЗ-1	КЗ-2	КЗ-3	КЗ-4	КЗ-5	КЗ-6	КЗ-7	КЗ-8	КЗ-9	КЗ-10	КП-1	КП-2	КП-3	КП-4	КП-5	КП-6	КП-7	КП-8	КП-9	КП-10	КП-11	КП-12	КП-13
1. НОРМАТИВНІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ																								
1.1. Цикл загальної підготовки																								
ЗП 1	Публічне адміністрування і соціальна відповідальність бізнесу РН 1, РН 2, РН 3, РН 7, РН 9, РН 10, РН 12, РН 19, РН 22	X	X	X				X		X	X		X						X			X		
ЗП 2	Інформаційні системи і технології управління організацією РН 1, РН 4, РН 5, РН 6, РН 7, РН 9, РН 11, РН 12, РН 13, РН 16, РН 18, РН 21, РН 22	X			X	X	X	X		X		X	X	X			X		X			X	X	
ЗП 3	Методологія та організація наукових досліджень РН 1, РН 2, РН 3, РН 4, РН 5, РН 7, РН 11, РН 14, РН 17, РН 18, РН 21	X	X	X	X	X		X				X				X		X			X			
ЗП 4	Іноземна мова у професійному середовищі РН 1, РН 4, РН 9, РН 10, РН 15, РН 18, РН 20, РН 24	X			X		X			X	X					X			X		X			X
1.2 Цикл професійної підготовки																								
ПП 1	Стратегічне управління корпораціями у туризмі РН 2, РН 3, РН 5, РН 7, РН 8, РН 9, РН 11, РН 12, РН 14, РН 16		X	X		X		X	X	X		X	X		X		X		X					
ПП 2	Управління проектами РН 3, РН 5, РН 6, РН 7, РН 10, РН			X		X	X	X			X		X	X			X		X				X	X

Навчальна дисципліна / Програмні результати навчання		Компетентності																						
		Загальні компетентності										Спеціальні (фахові) компетентності												
		КЗ-1	КЗ-2	КЗ-3	КЗ-4	КЗ-5	КЗ-6	КЗ-7	КЗ-8	КЗ-9	КЗ-10	КП-1	КП-2	КП-3	КП-4	КП-5	КП-6	КП-7	КП-8	КП-9	КП-10	КП-11	КП-12	КП-13
	12, РН 13, РН 16, РН 18, РН 23, РН 24																							
ПП 3	Фінансовий менеджмент РН 3, РН 7, РН 8, РН 10, РН 11, РН 12, РН 13, РН 16, РН 18, РН 20, РН 21		X					X	X		X	X	X			X		X		X	X			
ПП 4	Управління потенціалом та діагностика діяльності підприємств РН 2, РН 7, РН 8, РН 10, РН 12, РН 14, РН 17, РН 20, РН 21		X					X	X		X		X			X				X	X			
ПП 5	Управління інноваціями в туризмі РН 2, РН 4, РН 7, РН 10, РН 12, РН 13, РН 16, РН 18, РН 21		X		X			X			X		X		X		X			X				
ПП 6	Управління якістю в туризмі РН 3, РН 5, РН 6, РН 8, РН 14, РН 17, РН 21, РН 23			X		X	X		X					X			X				X		X	
ПП7	Бренд-менеджмент РН 6, РН 10, РН 12, РН 13, РН 16, РН 17, РН 21			X			X			X		X	X			X	X				X			
	Науково-дослідна практика (у тому числі виконання кваліфікаційної роботи) РН 3, РН 4, РН 7, РН 11, РН 14, РН 16, РН 20, РН 21, РН 22, РН 23, РН 24			X	X		X	X		X	X			X		X				X	X	X	X	X
2. Вибіркові дисципліни																								
Компоненти вибіркового блоку																								

Навчальна дисципліна / Програмні результати навчання		Компетентності																							
		Загальні компетентності										Спеціальні (фахові) компетентності													
		КЗ-1	КЗ-2	КЗ-3	КЗ-4	КЗ-5	КЗ-6	КЗ-7	КЗ-8	КЗ-9	КЗ-10	КП-1	КП-2	КП-3	КП-4	КП-5	КП-6	КП-7	КП-8	КП-9	КП-10	КП-11	КП-12	КП-13	КП-14
Цикл професійної підготовки																									
Дисципліни спеціалізації "Туристична діяльність"																									
ВПП1	Ринок туристичних послуг РН 2, РН 6, РН 10, РН 13, РН 15, РН 18, РН 21, РН 22, РН 23, РН 24		X				X				X			X		X			X			X	X	X	X
ВПП2	Актуальні проблеми туризму і сфери послуг РН 2, РН 4, РН 7, РН 10, РН 13, РН 14, РН 18, РН 19, РН 21, РН 22, РН 23, РН 24		X		X			X			X			X	X				X	X		X	X	X	X
ВПП3	Поведінка споживачів послуг гостинності РН 2, РН 5, РН 7, РН 12, РН 15, РН 16, РН 17, РН 21, РН 22, РН 23, РН 24		X			X		X				X			X	X	X				X	X	X	X	
ВПП4	Стратегічний менеджмент і маркетинг (за видами економічної діяльності) РН 3, РН 5, РН 7, РН 9, РН 11, РН 12, РН 16, РН 17, РН 21, РН 22, РН 23, РН 24			X		X		X		X		X	X			X	X				X	X	X	X	
ВПП5	Правове регулювання туристичної діяльності РН 3, РН 5, РН 7, РН 10, РН 18, РН 19, РН 21, РН 22, РН 23, РН 24			X		X		X		X								X	X		X	X	X	X	
ВПП6	Електронна комерція і логістика в туризмі РН 1, РН 4, РН 5, РН 6, РН 9, РН 12, РН 17, РН 21, РН 22, РН 23, РН 24	X			X	X	X			X			X				X				X	X	X	X	
Дисципліни спеціалізації "Міжнародний туризм"																									

Навчальна дисципліна / Програмні результати навчання		Компетентності																							
		Загальні компетентності										Спеціальні (фахові) компетентності													
		КЗ-1	КЗ-2	КЗ-3	КЗ-4	КЗ-5	КЗ-6	КЗ-7	КЗ-8	КЗ-9	КЗ-10	КП-1	КП-2	КП-3	КП-4	КП-5	КП-6	КП-7	КП-8	КП-9	КП-10	КП-11	КП-12	КП-13	КП-14
ВПП1	Моніторинг світового ринку туристичних послуг РН 1, РН 5, РН 7, РН 8, РН 11, РН 15, РН 16, РН 17, РН 20, РН 21, РН 22, РН 23, РН 24	X				X		X	X			X				X	X	X			X	X	X	X	X
ВПП2	Актуальні проблеми туризму і сфери послуг РН 2, РН 4, РН 7, РН 10, РН 13, РН 14, РН 18, РН 19, РН 21, РН 22, РН 23, РН 24		X		X			X			X			X	X				X	X		X	X	X	X
ВПП3	Економіка міжнародного туризму РН 2, РН 7, РН 8, РН 10, РН 13, РН 16, РН 19, РН 20, РН 21, РН 22, РН 23, РН 24		X					X	X		X			X			X			X	X	X	X	X	X
ВПП4	Інноваційні моделі обслуговування іноземних туристів РН 2, РН 7, РН 8, РН 10, РН 12, РН 13, РН 21, РН 22, РН 23, РН 24		X					X	X		X		X	X								X	X	X	X
ВПП5	Правове регулювання туристичної діяльності РН 3, РН 5, РН 7, РН 10, РН 18, РН 19, РН 21, РН 22, РН 23, РН 24			X		X		X			X							X	X		X	X	X	X	
ВПП6	Електронна комерція і логістика в туризмі РН 1, РН 4, РН 5, РН 6, РН 9, РН 12, РН 17, РН 21, РН 22, РН 23, РН 24	X			X	X	X			X			X				X				X	X	X	X	

Опис нормативних навчальних дисциплін наведено в Додатку А. Опис варіативних навчальних дисциплін наведено в Додатку Б.

VI Форми атестації здобувачів вищої освіти

<p>Форми атестації здобувачів вищої освіти</p>	<p>Атестація здійснюється екзаменаційною комісією відповідно до вимог стандарту вищої освіти після виконання студентом навчального плану та завершується видачою диплому встановленого державного зразка про присудження йому ступеня магістра з присвоєнням кваліфікації: Магістр з туризму.</p> <p>Атестація випускників спеціальності 242 «Туризм» проводиться у формі складання державного кваліфікаційного екзамену та захисту кваліфікаційної роботи.</p> <p>Результати атестації визначаються оцінками за національною шкалою «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно».</p> <p>Атестація здійснюється відкрито і публічно.</p> <p>Термін проведення атестації визначається навчальним планом та графіком освітнього процесу.</p> <p>До атестації допускаються студенти, які виконали всі вимоги освітньої програми та навчального плану.</p>
<p>Вимоги до кваліфікаційної роботи (за наявності)</p>	<p>Кваліфікаційна робота – це навчально-наукова робота студента, яка виконується на завершальному етапі здобуття кваліфікації магістра з туризму для встановлення відповідності отриманих здобувачами вищої освіти результатів навчання (компетентностей) вимогам стандартів вищої освіти. Вона є кваліфікаційним документом, на підставі якого ЕК визначає рівень теоретичної підготовки випускника, його готовність до самостійної роботи за фахом і приймає рішення щодо присвоєння відповідної кваліфікації та видачу диплома. Кваліфікаційна робота є інструментом закріплення та демонстрації сформованих упродовж навчання загальних та спеціальних компетентностей відповідно профілю обраної спеціальності.</p> <p>Кваліфікаційна робота має бути перевірена на плагіат.</p>
<p>Вимоги до атестаційного/єдиного державного кваліфікаційного екзамену (екзаменів) (за наявності)</p>	<p>Державний кваліфікаційний екзамен включає теоретичні питання та практичні завдання з дисциплін: публічне адміністрування і соціальна відповідальність бізнесу, управління проектами, управління потенціалом та діагностика діяльності підприємств, управління якістю в туризмі, стратегічний менеджмент і маркетинг (за видами економічної діяльності).</p>
<p>Вимоги до публічного захисту (демонстрації) (за наявності)</p>	<p>Для публічного виступу надається 5-10 хвилин.</p> <p>У виступі студент має окреслити для ЕК найважливіші та найпринциповіші моменти своєї роботи.</p> <p>Візуальне супроводження у вигляді мультимедійної презентації кваліфікаційної роботи складається із слайдів, на яких представлені графіки, таблиці, схеми, рисунки, алгоритми і т.і. Кількість слайдів має бути достатньою для послідовного та повного розкриття теми кваліфікаційної роботи.</p> <p>По закінченні виступу члени ЕК можуть поставити студенту запитання стосовно його виступу або тексту роботи.</p>

VII Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

У Маріупольському державному університеті функціонує система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості), яка передбачає реалізацію наступних процедур і заходів:

- 1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- 2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
- 3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників вищого навчального закладу та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті вищого навчального закладу, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;
- 4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
- 5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;
- 6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- 7) забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
- 8) забезпечення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників вищих навчальних закладів і здобувачів вищої освіти та ін.

Система забезпечення Маріупольським державним університетом якості освітньої діяльності та якості вищої освіти за його поданням оцінюється Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти або акредитованими ним незалежними установами оцінювання та забезпечення якості вищої освіти на предмет її відповідності діючим державним вимогам та міжнародним стандартам і рекомендаціям щодо забезпечення розвитку конкурентоспроможності національних вищих навчальних закладів.

ОПИС НОРМАТИВНИХ НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН

1. Дисципліни циклу загальної підготовки**ЗП 1. Публічне адміністрування та соціальна відповідальність бізнесу**

Мета вивчення курсу: формування у майбутніх магистрів з туризму сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань у галузі менеджменту туризму враховуючі історичні надбання минулих поколінь менеджерів та науковців, розуміння концептуальних основ системного управління організаціями в сучасному світі, принципів соціальної відповідальності бізнесу.

Завдання курсу: оволодіння теоретичними основами процесу публічного адміністрування на основі поглядів різних вчених, вироблення вміння використовувати отримані знання на практиці.

Змістові модулі:

1. Публічне адміністрування як суспільне явище.
2. Механізми соціальної відповідальності бізнесу.

ЗП 2. Інформаційні системи і технології управління організацією

Мета вивчення курсу: формування у майбутніх менеджерів знань і навичок щодо сучасних інформаційних систем і технологій, їх раціонального використання в процесі здійснення управлінської діяльності в організації.

Завдання курсу: теоретична та практична підготовка студентів з питань сутності інформаційних систем та їх значення в управлінні сучасними організаціями; методологія розробки інформаційних систем, визначення їх якості та ефективності; основні засади управління інформаційними ресурсами та технологіями, формування інформаційної структури на підприємстві; розвиток і впровадження в організації систем підтримки прийняття рішень; визначення основних характеристик експертних систем; створення та використання в організації інформаційних локальних та регіональних мереж Інтернет та Екстранет.

Змістові модулі:

1. Ведення та етапи розвитку інформаційних систем в управлінні організацією.
2. Типологія інформаційних систем в менеджменті організацій.
3. Управління інформаційними системами в організації.
4. Системи підтримки прийняття управлінських рішень.
5. Корпоративні інформаційні системи.
6. Інформаційні ресурси глобальної мережі Інтернет.
7. Локальні та регіональні інформаційні мережі в сучасних організаціях.
8. Безпека інформаційних систем.

ЗП 3. Методологія та організація наукових досліджень

Мета вивчення курсу: набуття теоретичних знань і практичних навичок щодо організації та здійснення студентами різних форм самостійної науково-дослідної роботи, зокрема, написання кваліфікаційних робіт, підготовку інших наукових праць.

Завдання курсу: оброблення та узагальнення наукової інформації, здійснення теоретичних та емпіричних досліджень, вміння обґрунтовувати відповідні практичні рішення.

Змістові модулі:

1. Наука як сфера людської діяльності.
2. Наукова і науково-технічна діяльність в Україні.
3. Науково-технічна інформація.
4. Методологія та методи наукового дослідження.
5. Організація і планування наукового дослідження.
6. Оформлення результатів науково-дослідницької роботи.
7. Підготовка наукових публікацій.
8. Кваліфікаційна робота: написання, оформлення, захист.

ЗП 4. Іноземна мова у професійному середовищі**ЗП 4 (1). Іноземна мова (англійська)**

Мета: розвиток комунікативної компетенції студентів та здобуття ними знань, навичок і вмінь, необхідних для іншомовного усного та писемного спілкування в професійній сфері.

Завдання: забезпечення сприйняття й розуміння студентами інформації в межах професійної тематики; розвиток вмінь та навичок монологічного мовлення для самостійної підготовки повідомлень за професійними темами, діалогічного мовлення для ведення дискусій та спілкування; вдосконалення навичок ознайомлювального, вибіркового й вивчаючого читання на матеріалах оригінальних текстів зі спеціальності; подальший розвиток умінь та навичок писемного мовлення при виконанні письмових лексичних і граматичних вправ, складання планів чи конспектів до прочитаних текстів, виклад змісту прослуханого чи прочитаного

тексту у письмовому вигляді (у тому числі у формі анотацій і рефератів), написання доповідей і повідомлень, листів тощо.

Змістовні модулі:

1. Використання англійської мови в туристичному бізнес-середовищі.
2. Використання англійської мови в галузі міжнародного туризму.

ЗП 4 (2). Іноземна мова (німецька)

Мета: розвиток комунікативної компетенції студентів та здобуття ними знань, навичок і вмінь, необхідних для іншомовного усного та писемного спілкування в професійній сфері.

Завдання: забезпечення сприйняття й розуміння студентами інформації в межах професійної тематики; розвиток вмінь та навичок монологічного мовлення для самостійної підготовки повідомлень за професійними темами, діалогічного мовлення для ведення дискусій та спілкування; вдосконалення навичок ознайомлювального, вибіркового й вивчаючого читання на матеріалах оригінальних текстів зі спеціальності; подальший розвиток умінь та навичок писемного мовлення при виконанні письмових лексичних і граматичних вправ, складання планів чи конспектів до прочитаних текстів, виклад змісту прослуханого чи прочитаного тексту у письмовому вигляді (у тому числі у формі анотацій і рефератів), написання доповідей і повідомлень, листів тощо.

Змістовні модулі:

1. Використання німецької мови в туристичному бізнес-середовищі.
2. Використання німецької мови в галузі міжнародного туризму.

ЗП 4 (3). Іноземна мова (французька)

Мета: розвиток комунікативної компетенції студентів та здобуття ними знань, навичок і вмінь, необхідних для іншомовного усного та писемного спілкування в професійній сфері.

Завдання: забезпечення сприйняття й розуміння студентами інформації в межах професійної тематики; розвиток вмінь та навичок монологічного мовлення для самостійної підготовки повідомлень за професійними темами, діалогічного мовлення для ведення дискусій та спілкування; вдосконалення навичок ознайомлювального, вибіркового й вивчаючого читання на матеріалах оригінальних текстів зі спеціальності; подальший розвиток умінь та навичок писемного мовлення при виконанні письмових лексичних і граматичних вправ, складання планів чи конспектів до прочитаних текстів, виклад змісту прослуханого чи прочитаного тексту у письмовому вигляді (у тому числі у формі анотацій і рефератів), написання доповідей і повідомлень, листів тощо.

Змістовні модулі:

1. Використання французької мови в туристичному бізнес-середовищі.
2. Використання французької мови в галузі міжнародного туризму.

2. Дисципліни циклу професійної підготовки

ПП 1. Стратегічне управління корпораціями у туризмі

Мета вивчення курсу: ознайомлення студентів із теоретичними основами стратегічного управління корпораціями у туризмі, інституційними та інформаційними інструментами забезпечення функціонування системи корпоративного стратегічного управління на підприємствах туризму.

Завдання курсу: теоретична та практична підготовка студентів фаху з питань застосування теоретичних аспектів стратегічного управління в практичній діяльності; використання основних елементів та принципів стратегічного контролю, механізм його здійснення в діяльності туристичних корпорацій; застосування методів оцінки економічної ефективності стратегічного управління; формування системи органів стратегічного управління, принципів їх функціонування та форм підзвітності.

Змістові модулі:

1. Теоретичні основи стратегічного управління.
2. Організація стратегічного управління корпораціями у туризмі.
3. Оцінка ефективності стратегічного управління.

ПП 2. Управління проектами

Мета вивчення курсу: формування у майбутніх фахівців належних практичних умінь і навичок застосування універсального інструментарію розробки та реалізації універсальних проектів з метою досягнення ефективного існування та розвитку туристичної організації.

Завдання курсу: забезпечення науково-методичного підґрунтя опанування студентами основних інструментів управління проектами в туристичній організації.

Змістові модулі:

1. Управління проектами в системі менеджменту в туризмі.
2. Обґрунтування, планування, ресурсне забезпечення проекту.
3. Контролювання виконання проекту.
4. Управління ризиками проектів.

ПП 3. Фінансовий менеджмент

Мета вивчення курсу: формування у студентів сучасного економічного мислення та системи спеціальних знань у галузі управління фінансами туристичних підприємств, практичних навичок їх застосування у різних напрямках фінансової діяльності.

Завдання курсу: вивчення способів та механізмів здійснення системи управління фінансами туристичних підприємств, принципів управління інвестиціями, грошовими потоками та фінансовими ризиками у структурах туристичного бізнесу, а також основ антикризового фінансового управління.

Змістові модулі:

1. Теорія та методологічні засади формування систем забезпечення фінансового менеджменту туристичних підприємств.
2. Система управління активами, капіталом, інвестиціями та грошовими потоками туристичних підприємств.
3. Програми антикризового фінансового управління туристичними підприємствами.

ПП 4. Управління потенціалом та діагностика діяльності підприємств

Мета вивчення курсу: опанування знаннями та набуття практичних навичок з питань управління потенціалом підприємств туристичного і готельного бізнесу.

Завдання курсу: набуття глибоких теоретичних знань студентами з питань закономірностей, принципів і особливостей формування, розвитку та оцінки потенціалу підприємств туристичного і готельного бізнесу; вироблення практичних навичок щодо прийомів та процедур, які застосовуються в процесі оцінки вартості підприємства як основної характеристики його потенціалу; ознайомлення з методичним інструментарієм оцінки окремих складових потенціалу підприємства; механізми діагностики підприємств туристичної галузі.

Змістові модулі:

1. Теорія і методологія управління потенціалом туристичних підприємств.
2. Організація управління потенціалом підприємств туристичної галузі.
3. Механізми діагностики діяльності підприємств у туризмі.

ПП 5. Управління інноваціями в туризмі

Мета вивчення курсу: формування у майбутніх фахівців належних практичних умінь і навичок застосування інноваційних технологій на підприємствах туризму і готельного бізнесу для досягнення ними технологічного і товарного лідерства.

Завдання дисципліни орієнтовані на формування компетентності студентів відносно: засад інноваційної політики і стратегії підприємств туризму і готельного бізнесу; особливостей формування, розвитку та оцінки інноваційного потенціалу підприємств галузі; застосування інноваційних технологій в туристичному і готельному бізнесі та їх інвестиційного та інформаційного забезпечення.

Змістові модулі:

1. Теорія і методологія формування інноваційної політики туристичних підприємств.
2. Організація управління інноваціями на підприємствах туристичної галузі.
3. Інвестиційно-інформаційне забезпечення політики інновацій в туризмі і готельному бізнесі.

ПП 6. Управління якістю в туризмі

Мета вивчення курсу: формування необхідної сукупності теоретичних та практичних знань з управління якістю туристичних послуг на локальному, регіональному та міжнародному рівні.

Завдання курсу: вивчення основних питань теорії якості; формування необхідної сукупності знань щодо доцільності системи управління якістю; формування у студентів навичок оцінювання рівня якості туристичних послуг, визначення принципів міжнародного співробітництва України в галузі метрології, стандартизації, сертифікації та управління якістю.

Змістові модулі:

1. Теорія і методологія управління якістю.
2. Організація системи управління якістю послуг у туристичній сфері.
3. Система стандартизації та сертифікації туристичних послуг.

ПП 7. Бренд-менеджмент

Мета вивчення курсу: освоєння теоретичних та практичних основ бренд-менеджменту, розвиток ключових компетенцій в області створення та управління брендом, оволодіння навичками соціологічного аналізу бренду як соціальної, комунікативної, семіотичної та маркетингової категорії, навчити приймати ефективні стратегічні та тактичні рішення щодо створення та розвитку бренду туристичних підприємств.

Завдання курсу: надати базові знання щодо сутності бренд-менеджменту, його структури, значення та розуміння основних комунікативних процесів по створенню та управлінню брендом; показати сутність, форми та механізми формування брендової комунікації як інтегральної категорії; орієнтуватися у соціологічних та комунікативних вимірах бренд-менеджменту; навчити головним підходам та особливостям планування і моделювання розробки ідентичності бренду в туристичній сфері; засвоїти навички аналітичної, креативної та інноваційної діяльності як по створенню так і по управлінню брендом у туризмі.

Змістові модулі:

1. Правові засади, суть, поняття, функції, види та стратегії бренд-менеджменту.
2. Концептуальний підхід та особливості розробки сильного бренду туристичного підприємства.
3. Особливості розширення, розтягування та оцінювання брендингу у туризмі.

Науково-дослідна практика

Мета практики: оволодіння студентами сучасними методами, формами організації розрахунково-аналітичними операціями, управлінськими процедурами та технічними засобами виконання робіт у сфері міжнародного туристичного бізнесу та туристичної діяльності, а також підготовка кожним студентом індивідуального завдання з всебічного вивчення конкретної проблеми управління організацією, збору практичних та статистичних матеріалів для виконання кваліфікаційної роботи, формування необхідного інформаційного забезпечення відповідно до обраного об'єкта дослідження, апробація розроблених пропозицій та рекомендацій.

Завдання практики: сформувати вміння здобувати й аналізувати теоретичний та емпіричний матеріал, письмово викладати свої думки; користуватися усіма методами збору та аналізу інформації; продемонструвати знання з обраної теми кваліфікаційного дослідження та практичні можливості застосування загального обсягу теоретичних знань з організації туристичного бізнесу.

Змістові модулі:

1. Виконання індивідуального завдання (теоретична частина).
2. Виконання індивідуального завдання (практична частина).

ОПИС ВИБІРКОВИХ НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН

2.1 Дисципліни циклу професійної підготовки. Дисципліни спеціалізації «Туристична діяльність»

ВПП1. Ринок туристичних послуг

Мета вивчення курсу: вивчення теоретико-методологічних основ формування ринку туристичних послуг, геопросторових аспектів розвитку туризму, а також специфіки формування та механізму функціонування територіальних ринків туристичних послуг різного ієрархічного рівня.

Завдання курсу: вивчення теорії, методології і методики дослідження геопросторових аспектів розвитку ринку туристичних послуг; структурно-типологічних ознак туристичного ринку, принципів його сегментації; умов та чинників формування і територіальної організації індустрії світового туризму як основи розвитку національного ринку туристичних послуг.

Змістові модулі:

1. Теорія та методологія формування та розвитку світового та національного туристичних ринків.
2. Методика макрорегіональних досліджень туристичного ринку.

ВПП2. Актуальні проблеми туризму і сфери послуг

Мета вивчення курсу: формування системних теоретико-методологічних та прикладних знань у студентів щодо ролі та значення сфери послуг (зокрема, в галузі туризму) у сучасній світовій інформаційно-сервісній економіці, як пріоритетного фактора підвищення конкурентоспроможності національних економік.

Завдання курсу: надати базові знання щодо сучасних пріоритетних проблем у туризмі і сфері послуг з точки зору нормативно-правового забезпечення розвитку галузі; інформаційного супроводу туристичної і сервісної діяльності, поглиблення конкуренції у сфері міжнародного туризму, а також інвестиційно-інноваційної діяльності у туристичному та сервісному бізнесі.

Змістовні модулі:

1. Теоретико-методологічні основи розвитку світового туристичного та сервісного бізнесу (проблемні трансформації галузі).
2. Методика оцінки базових та інфраструктурних проблем у туризмі і системі сервісу.

ВПП3. Поведінка споживачів послуг гостинності

Мета вивчення курсу: Засвоєння студентами теоретичних основ дії механізмів формування різних моделей споживчої поведінки, а також опануванні ними сучасних методів впливу на неї з точки зору маркетингових та логістичних механізмів.

Завдання курсу: ознайомлення студентів з основними поняттями, категоріями, підходами до дослідження поведінки споживачів; дослідження факторів внутрішнього та зовнішнього впливу на поведінку споживачів, можливостей їх впливу для спрямування поведінки споживачів в маркетинговій діяльності організації відповідно до поставленої мети; набуття практичних навичок роботи зі споживачем і управління його поведінкою.

Змістові модулі:

1. Теоретико-методологічні аспекти поведінки споживачів в умовах економічного обміну.
2. Механізми зовнішніх і внутрішніх факторів впливу на поведінку споживачів.

ВПП4. Стратегічний менеджмент і маркетинг (за видами економічної діяльності)

Мета вивчення курсу: формування у студентів магістерської програми «Туризм» наукового світогляду та спеціальних знань з теорії, методології стратегічного маркетингу у туризмі, вироблення вмінь і навичок здійснення управлінських функцій на підприємстві на основі маркетингу для задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності туристичного підприємства.

Завдання курсу: надання знань студентам щодо категоріального апарату стратегічного маркетингу і специфічних його ознак у сфері туризму; забезпечення засвоєння студентами методичного інструментарію стратегічного маркетингу; вироблення вмінь та навичок впровадження і використання стратегічного маркетингу в практиці діяльності туристичних підприємств; навчити конкретним прийомам поведінки та активної маркетингової діяльності в умовах динамічного туристичного маркетингового середовища; забезпечити зацікавленість студентів в активній навчальній та науково-дослідній роботі.

Змістові модулі:

1. Теоретичні основи стратегічного маркетингу
2. Методологічні та інформаційні основи стратегічного маркетингу.
3. Організація, планування та контроль у стратегічному маркетингу на підприємствах туризму.

ВПП 5. Правове регулювання туристичної діяльності

Мета вивчення курсу: формування у майбутнього фахівця в сфері туризму глибоких знань, з урахуванням специфічних особливостей галузі, про організаційно-правове забезпечення туристичної діяльності в Україні.

Завдання курсу: ознайомити студентів з класифікацією та характеристикою нормативно-правових актів, які регламентують надання туристичних послуг; з державними стандартами в галузі туризму; правовим режимом міжнародної туристичної діяльності; сформувати у студентів уміння аналізувати вплив законодавчого забезпечення на ефективність туристичної діяльності; навчити студентів обирати ефективну правову форму функціонування туристичного підприємства з урахуванням можливостей та умов ліцензування туристичної діяльності.

Змістові модулі:

1. Державна політика та державне регулювання в галузі туризму.
2. Туристичні формальності та безпека в туризмі.
3. Стандартизація, сертифікація та юридична відповідальність в галузі туризму.

ВПП 6. Електронна комерція і логістика в туризмі

Мета вивчення курсу: надання знань студентам щодо розвитку теоретико-методологічних основ формування і трансформацій системи електронної комерції і логістики в туризмі в умовах поступової інформатизації світової і національної економіки.

Завдання курсу: сформувати у студентів знання еволюції концепцій і механізмів електронізації економічних систем інформаційного суспільства на основі принципів комерції і логістики; механізмів інфраструктурного забезпечення міжнародного та національного ринку електронної логістики; ознайомити студентів з принциповими підходами щодо створення логістичних структур у системі безпеки електронної комерції.

Змістові модулі:

1. Теорія і методологія формування і розвитку системи електронної комерції і логістики.
2. Нормативно-правове, інформаційно-інвестиційне, інфраструктурне забезпечення системи електронної комерції і логістики.

2.1 Дисципліни професійної підготовки.

Дисципліни спеціалізації «Міжнародний туризм»

ВПП1. Моніторинг світового ринку туристичних послуг

Мета вивчення курсу: підготовка спеціалістів, що володіють основними знаннями, вміннями та навичками моніторингу ринку туристичних послуг за різними напрямками.

Завдання курсу: вивчення основних понять, суті і практичного значення моніторингу ринку туристичних послуг; ознайомлення з основними методами та принципами проведення моніторингу ринку; набуття практичних навичок самостійної роботи з джерелами інформації щодо моніторингу світового ринку туристичних послуг Інтернет - ресурси, статті, монографії, підручники, інші наукові та навчальні матеріали.

Змістові модулі:

1. Теоретичні аспекти моніторингу ринку.
2. Напрями проведення моніторингу світового ринку туризму.

ВПП2. Актуальні проблеми туризму і сфери послуг

Мета вивчення курсу: формування системних теоретико-методологічних та прикладних знань у студентів щодо ролі та значення сфери послуг (зокрема, в галузі туризму) у сучасній світовій інформаційно-сервісній економіці, як пріоритетного фактора підвищення конкурентоспроможності національних економік.

Завдання курсу: надати базові знання щодо сучасних пріоритетних проблем у туризмі і сфері послуг з точки зору нормативно-правового забезпечення розвитку галузі; інформаційного супроводу туристичної і сервісної діяльності, поглиблення конкуренції у сфері міжнародного туризму, а також інвестиційно-інноваційної діяльності у туристичному та сервісному бізнесі.

Змістовні модулі:

1. Теоретико-методологічні основи розвитку світового туристичного та сервісного бізнесу (проблемні трансформації галузі).
2. Методика оцінки базових та інфраструктурних проблем у туризмі і системі сервісу.

ВПП3. Економіка міжнародного туризму

Мета вивчення курсу: економіка міжнародного туризму полягає у формуванні сучасного економічного мислення, глибокого розуміння комплексу проблем господарювання в туризмі, а також у набутті вмінь і практичних навичок застосування досвіду провідних країн щодо принципів і моделей економічної діяльності на туристичних підприємствах.

Завдання курсу: отримання студентами глибоких теоретичних знань і набуття навичок творчого підходу до оцінки діючих механізмів функціонування туристичних підприємств на міжнародному ринку та обґрунтування пропозицій щодо їхнього удосконалення; оволодіння методами та інструментами економічного

управління туристичним бізнесом; вироблення навичок продуктивно-критичної оцінки діючих механізмів планування діяльності національних туристичних підприємств і розробки прогресивних методів економічного управління; освоєння методів оцінки економічної, соціальної та екологічної ефективності туристичного бізнесу.

Змістові модулі:

1. Економіка в системі міжнародного туризму.
2. Економічне управління міжнародним туризмом.
3. Фінансово-економічні результати діяльності міжнародних туристичних підприємств.

ВПП4. Інноваційні моделі обслуговування іноземних туристів

Мета вивчення курсу: формування у майбутніх фахівців належних теоретичних та практичних умінь і навичок застосування інноваційних технологій і моделей обслуговування клієнтури на підприємствах туризму і готельного бізнесу для досягнення ними технологічного і товарного лідерства.

Завдання курсу: орієнтовані на формування компетентності студентів відносно засад інноваційної політики у сфері обслуговування та стратегії підприємств туризму і готельного бізнесу; особливостей розвитку та оцінки інноваційного потенціалу обслуговування підприємств галузі; застосування інноваційних технологій обслуговування в туристичному і готельному бізнесі та їх інвестиційного та інформаційного забезпечення.

Змістові модулі:

1. Теорія та методологія формування інноваційної політики, стратегії та потенціалу обслуговування підприємств туристичного та готельного бізнесу.
2. Інноваційні технології в туристичній індустрії та індустрії обслуговування і гостинності.

ВПП 5. Правове регулювання туристичної діяльності

Мета вивчення курсу: формування у майбутнього фахівця в сфері туризму глибоких знань, з урахуванням специфічних особливостей галузі, про організаційно-правове забезпечення туристичної діяльності в Україні.

Завдання курсу: ознайомити студентів з класифікацією та характеристикою нормативно-правових актів, які регламентують надання туристичних послуг; з державними стандартами в галузі туризму; правовим режимом міжнародної туристичної діяльності; сформувати у студентів уміння аналізувати вплив законодавчого забезпечення на ефективність туристичної діяльності; навчити студентів обирати ефективну правову форму функціонування туристичного підприємства з урахуванням можливостей та умов ліцензування туристичної діяльності.

Змістові модулі:

1. Державна політика та державне регулювання в галузі туризму.
2. Туристичні формальності та безпека в туризмі.
3. Стандартизація, сертифікація та юридична відповідальність в галузі туризму.

ВПП 6. Електронна комерція і логістика в туризмі

Мета вивчення курсу: надання знань студентам щодо розвитку теоретико-методологічних основ формування і трансформацій системи електронної комерції і логістики в туризмі в умовах поступової інформатизації світової і національної економіки.

Завдання курсу: сформувати у студентів знання еволюції концепцій і механізмів електронізації економічних систем інформаційного суспільства на основі принципів комерції і логістики; механізмів інфраструктурного забезпечення міжнародного та національного ринку електронної логістики; ознайомити студентів з принциповими підходами щодо створення логістичних структур у системі безпеки електронної комерції.

Змістові модулі:

1. Теорія і методологія формування і розвитку системи електронної комерції і логістики.
2. Нормативно-правове, інформаційно-інвестиційне, інфраструктурне забезпечення системи електронної комерції і логістики.