

ВСП «БЕРДЯНСЬКИЙ КОЛЕДЖ ТАВРІЙСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО
АГРОТЕХНОЛОГІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Заст. директора
з навчальної роботи

_____ І.В. Ніколаєва
«__» _____ 20__ р.

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
ДО ВИКОНАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ З ДИСЦИПЛІНИ
«ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ»
5.14010301 «ТУРИСТИЧНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ»

Укладач: Лифарь Олена Анатоліївна – спеціаліст першої категорії,
викладач спецдисциплін

Рецензент: Олексенко Людмила Григорівна – спеціаліст вищої
категорії, викладач економічних дисциплін

Розглянуто на засіданні циклової комісії
економічних дисциплін та сфери обслуговування

Протокол №__ від «__» _____ 20__ р.

Голова комісії _____ **В.І. Шатохіна**

ЗМІСТ

Вступ	4
Мета і завдання курсової роботи	5
Організація виконання курсової роботи	5
Вимоги до оформлення курсової роботи	6
Виконання курсової роботи	8
Розділ 1 Теоретична частина	11
Розділ 2 Основна частина	12
Висновки і пропозиції	14
Додатки	14
Критерії оцінювання якості виконання курсової роботи	15
Список літератури	18
Додаток 1. Орієнтовна тематика і зміст курсової роботи	19

ВСТУП

«Менеджмент» (manage) - слово англійського походження і означає «управляти». Трактують поняття «менеджмент» існує дуже багато. І це природно, тому що на різних стадіях розвитку організації ми маємо справу з менеджментом різного типу (технологічним, фінансовим, корпоративним, функціональним і т.п.).

У загальному вигляді менеджмент необхідно представляти як науку і мистецтво перемогати, вміння добиватися поставлених цілей, використовуючи працю, мотиви поведінки та інтелект людей. Мова йде про цілеспрямований вплив на людей з метою перетворення неорганізованих елементів у ефективну і продуктивну силу. Іншими словами, менеджмент - це всі людські можливості, які використовують лідери для досягнення стратегічних і тактичних цілей організації.

Оскільки останнім часом поняття «менеджмент» у різних виданнях трактується по-різному, в даному випадку його слід розуміти як управління соціально-економічними явищами і процесами, що відбуваються в туристській індустрії.

Туризм - явище, відоме кожному. Але лише нещодавно туризм виник як специфічна форма діяльності людей, якою обов'язково потрібно управляти.

На розвиток менеджменту у туризмі за всіх часів впливали економічні, соціальні і техніко-технологічні чинники.

А саме: незадоволена потреба в подорожах пов'язана з бажанням усунути перешкоди на цьому шляху, тому подорожі повинні бути забезпечені купівельною спроможністю. Це слід розуміти так: без доходів, які дає розвинена економіка, не можна досягти масового туризму, а, отже, і немає предмета керування.

Крім економічних, у туризмі дуже важливі і соціальні чинники. Як відомо, в Конституції законодавчо закріплене право кожного громадянина на відпочинок, а щоб це право реалізувати, необхідно вирішити ряд проблем соціальної спрямованості: транспорт, дороги, організація нічлігу, харчування,

проживання і багато чого іншого - все те, чим користується споживач туристських послуг на визначеній території. Мова йде про створення відповідної туристської інфраструктури, яку ми визначаємо як туристський продукт. Оскільки є туристське місце як кінцева мета подорожі або туристський продукт, що користується попитом у населення, то слід визнати, що складові туристського продукту потребують керування ними.

МЕТА І ЗАВДАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Виконання курсової роботи з основ менеджменту передбачає закріплення теоретичних знань і практичних навичок, є однією з ефективних форм самостійної роботи студентів і спрямована на підвищення якості їх професійної підготовки.

Основним завданням курсової роботи є формування умінь вирішувати різнобічні професійні і життєві ситуації в ринкових умовах діяльності, аналізувати їх, приймати управлінські рішення, визначати шляхи підвищення ефективності роботи підприємства.

Курсова робота виконується після проходження виробничої практики на матеріалах конкретного підприємства (туристського агентства, готельного та туристського комплексу).

При написанні курсової роботи потрібно керуватися рішеннями і постановами уряду, Законами України з питань регулювання і розвитку туризму, використовувати спеціальну літературу, періодичні видання.

Вихідними матеріалами для виконання курсової роботи є звітні і планові документи діяльності підприємства.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВИКОНАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Етапи підготовки курсової роботи. Підготовка курсової роботи включає наступні етапи: вибір теми, ознайомлення з її теоретичними і практичними проблемами, складання попереднього плану, підбір літературних джерел і

фактичного матеріалу, консультації з керівником і уточнення плану роботи, написання і оформлення курсової роботи, передача її викладачу для рецензування, доопрацювання після рецензії, захист.

Вибір теми. Студенту надається можливість самостійно обрати тему курсової роботи у відповідності з його інтересами, або вибрати тему із запропонованого викладачем переліку. Тема курсової роботи попередньо погоджується і обговорюється з викладачем – консультантом.

Після обрання теми необхідно ознайомитися із наявною у бібліотеці літературою, науковими виданнями, часописами та газетними статтями.

Складання плану курсової роботи. План визначає структуру, зміст, логічний взаємозв'язок частин роботи. План можна складати тільки після досконалого вивчення рекомендованої літератури, послідовно розкриваючи зміст теми.

ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Курсова робота повинна відповідати програмним вимогам, розкривати тему, бути оформленою відповідно до вимог ЄСКД.

Курсова робота виконується українською мовою.

Курсова робота складається з пояснювальної записки, графічної (розрахункової) частини та додатків.

Пояснювальна записка крім власне текстової частини включає титульний аркуш; зміст, в якому вказуються розділи і підрозділи, що є в курсовій роботі з посиланнями на сторінки; додатки; список використаної літератури.

Пояснювальна записка повинна бути написана чітко від руки чорнилом, тушшю або кульковою ручкою чорного кольору чи надрукована на одному боці аркуша стандартного формату А4 через 1,5 інтервал між рядками при суцільній нумерації сторінок арабськими цифрами у правому нижньому куті сторінки. Нумерація сторінок проставляється починаючи зі сторінки «Зміст».

Згідно з вимогами Держстандарту зліва на аркуші залишають поле 25мм, зверху і знизу – 20мм, справа – 15мм.

Кожний наступний розділ курсової роботи потрібно починати з нової сторінки. Назви розділів пишуться великими літерами симетрично до тексту. Зміст підрозділів викладається: першого – через 15–20 мм після назви розділу, наступного – через 15-20 мм після кінця тексту попереднього розділу.

Підрозділи нумеруються відносно розділів наступним чином: 1.1, 1.2, 1.3; 2.1, 2.2, 2.3; 3.1, 3.2, 3.3 і т.д.

Таблиці та інший ілюстративний матеріал розміщують в тексті зразу ж після посилання на них. Кожна таблиця повинна мати порядковий номер (наскрізний по розділу) та заголовок, який відображає її зміст.

Рисунки, графіки, діаграми, сторінки додатків до курсової роботи нумеруються окремо.

В курсовій роботі допускається використання тільки загальноприйнятих скорочень слів та позначень.

Загальний обсяг курсової роботи повинен становити 30-35 сторінок рукописного або 20-25 сторінок друкованого тексту, включаючи таблиці, схеми, діаграми, малюнки та інше.

Висновки та пропозиції повинні включати стислий виклад аналізу діяльності та пропоновані напрями вдосконалення процесу туристичного обслуговування, відображати особисте бачення студентом цього процесу.

Список використаних літературних джерел кількістю не обмежується, але повинен містити не менше 20 найменувань.

Виконана курсова робота подається керівникові курсової роботи для перевірки у визначений навчальним планом термін. Після перевірки та при наявності позитивної рецензії курсова робота допускається до захисту.

Якщо в роботі виявлено недоліки, її слід доопрацювати. Студент вносить відповідні зміни і доповнення згідно з зауваженнями зробленими рецензентом і надає роботу для повторного рецензування.

Дату і час захисту курсової роботи встановлює викладач, складаючи графік захисту. Студент захищає курсову роботу перед комісією, яка визначає

рівень засвоєння теоретичного матеріалу дисципліни та практичних знань, викладених у курсовій роботі.

Після захисту курсова робота оцінюється комісією.

ВИКОНАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Курсова робота містить наступні розділи: вступ, теоретична частина, основна частина, яка розкриває тему курсової роботи, висновки і пропозиції, список використаної літератури.

У вступі (введенні) висвітлюють поняття «менеджмент» (управління), особливості менеджменту у туристичній діяльності на сучасному етапі, обґрунтовується вибір теми курсової роботи, визначається мета, предмет, об'єкт і актуальність даної роботи.

Розділ 1 Теоретична частина

Туризм - це не тільки важлива галузь економіки, а й складна організаційна структура. Не завжди можна точно визначити, що ж відноситься до туризму: споживачі не помічають тісної взаємодії туристських структур, а представники туристських підприємств виділяють у своїй роботі лише частина загальної системи. Тим часом структура туризму визначає місце трудових колективів і окремих працівників в туристських регіонах, організаціях і підприємствах. У більш широкому сенсі під структурою управління туризмом розуміється упорядкована сукупність взаємопов'язаних елементів, що знаходяться між собою в стійких відносинах, що забезпечують їх функціонування як єдиного цілого. По суті, мова йде про логічні взаємини рівнів управління і функціональних служб, які за допомогою менеджменту будуються таким чином, щоб досягти стратегічних цілей туристської галузі.

Управляти туристською структурою - значить оптимально розподілити цілі і завдання між структурними підрозділами та працівниками організації. Складовими організаційної структури управління є склад, співвідношення, розташування та взаємозв'язок окремих підсистем організації. Створення такої

структури спрямоване насамперед на розподіл між окремими підрозділами організації прав і відповідальності.

Коли говориться про те, що якесь підприємство функціонує, то мається на увазі, що люди на цьому підприємстві здійснюють певні дії, які заплановані на певний період часу(місяць, рік і т.д.), організуються ресурси, необхідні для виконання цих планів. Просуваючись вперед ми порівнюємо те, що зробили, з цілями і завданнями, які були поставлені раніше. Така робота торкається цілого ряд управлінських функцій, тобто управління необхідно розглядати як циклічний процес, що складається з конкретних видів управлінських робіт, названих функціями управління.

Функції управління - це конкретний вид управлінської діяльності, який здійснюється спеціальними прийомами і способами, а також відповідна організація роботи.

Таким чином, одним з основних компонентів, що складають зміст управління, є функції.

Функція планування. Управління системою туризму має базуватися на стратегічному (спроектованому в майбутнє) баченні і передбаченні. На основі бачення, що є провідною ідеєю менеджменту, розробляється політика туристичної фірми, яка представляє спільні цілі та норми відносин, що забезпечують життєздатність і розвиток цієї структури. Формування політики підприємства здійснюється найчастіше на вищому рівні управління. Всі положення політики туристської фірми видаються, як правило, у вигляді провідного туристичного образу. Ведучий образ містить в собі довгострокові цілі, філософію, політику (принципи взаємин з різними зацікавленими групами), культуру підприємства і його законодавчі права.

Під плануванням діяльності туристського підприємства розуміється систематичний процес якісного, кількісного і часового визначення майбутніх цілей, засобів і методів формування, управління і розвитку підприємства. По суті, в процесі планування приймається рішення про те, якими мають бути цілі організації і що повинні робити її члени, щоб досягти цих цілей. Це підготовка

сьогодні до завтрашнього дня, визначення того, що потрібно і як цього досягти.

План являє собою складну соціально-економічну модель майбутнього стану організації. Стадії процесу планування в основному універсальні. Щодо стосується конкретних методів і стратегій, то вони істотно розрізняються. Зазвичай організація формує єдиний план для управління своєю загальною діяльністю, але в її рамках окремі менеджери для досягнення конкретних цілей і завдань організації застосовують різні методи. Таким чином, визначаються дії організації на конкретний плановий період часу.

Єдиного методу планування, який би відповідав кожної ситуації, не існує. Процес планування здійснюється відповідно рівням організації. Так, стратегічне планування (вищий рівень) - це спроба поглянути в довгостроковій перспективі на основні складові організації; оцінити, які тенденції спостерігаються в її оточенні; визначити, яким найімовірніше буде поведінка конкурентів. Головне завдання планування на цьому рівні полягає в тому, щоб визначити, як організація буде вести себе у своїй ринкової ніші.

Організаційна функція. У будь-якому плані, складеному в туристській фірмі, завжди присутній організаційний етап, тобто етап створення реальних умов для досягнення запланованих цілей. Організаційна функція управління забезпечує упорядкування технічної, економічної, соціально-психологічної та правової сторін діяльності будь-якого туристського підприємства (організації). Вона націлена на упорядкування діяльності менеджера і виконавців. Оскільки всю роботу виконують люди, то за допомогою цієї функції визначається той, хто саме повинен виконувати кожне конкретне завдання з великої кількості таких завдань і які для цього потрібні кошти. Через організаторську діяльність, тобто розподіл і об'єднання задач і компетенцій, повинно цілеспрямовано відбуватися керування відношеннями на підприємстві. Організація - це засіб досягнення цілей підприємства. З економічної точки зору організаційна діяльність веде до підвищення ефективності роботи підприємства, з точки зору управління персоналом вона передає зміст роботи і розподіляє її по виконавцях. На прикладі організації роботи туроператорів можна більш наочно уявити собі

організаційну функцію управління туризмом. Так, туроператор вирішує виробничу, торговельну, інформаційну задачі, завдання освоєння нових регіонів і інші. По кожній з них менеджер розподіляє обов'язки і встановлює відповідальність, тобто мова йде про встановлення постійних і тимчасових взаємин між усіма підрозділами фірми, визначенні порядку й умов її функціонування. Це процес об'єднання людей і засобів для досягнення поставлених фірмою цілей.

Функція мотивації трудових відносин. У цьому сенсі мотивація розглядається як сукупність стимулів, що спонукають працівників до активної трудової діяльності, тобто після проведення організаційних заходів менеджер повинен забезпечити успішне виконання роботи. Для цих цілей використовуються: а) стимулювання, тобто спонукування працівників до активної діяльності за допомогою зовнішніх чинників (матеріального і морального стимулювання); б) власне мотивування, тобто створення у працівників внутрішнього спонукування до праці. Головними тут є зацікавленість у праці, потреба в трудовій активності і задоволення від неї. Це свідчить про те, що поведінка людини завжди мотивована.

Мотивація - це процес спонукування себе й інших до діяльності для досягнення особистісних цілей і цілей організації.

Функція контролю. Після того, як складено план організації, створена її структура, заповнені робочі місця і визначені мотиви поведінки співробітників, необхідно додати до функцій управління ще одну – функцію контролю. Поняття «контроль» у менеджменті виходить за межі поняття «контролювання (перевірка) як вид адміністративної діяльності». Воно охоплює собою і активну діяльність менеджера - управління.

В узагальненому вигляді контроль означає процес порівняння (співставлення) фактично досягнутих результатів з запланованими. У процесі контролю менеджер не стільки віддає накази співробітникам, скільки оцінює успішність виконання намічених організацією планів та задоволення потреб внутрішнього і зовнішнього середовища.

Функцію контролю у класичному менеджменті слід розуміти як вид управлінської діяльності, завдяки якій організацію можна утримувати на потрібному (вірному) шляху, порівнюючи показники її діяльності з встановленими стандартами (планами). Функція контролю полягає в посередництві між планами і діяльністю, тобто система контролю забезпечує зворотний зв'язок між очікуваннями - певними початковими планами менеджменту і реальними показниками діяльності організації. У результаті цього встановлюються певні відхилення від заданих показників з тим, щоб або виправити негативні впливи (результати), або посилити вплив, якщо результати позитивні.

У цьому розділі характеризуються функції управління: загальні та спеціальні, визначається зв'язок між ними. Особливо докладно висвітлюється функція управління, яка, власне, розкривається у курсовій роботі, як у загальному вигляді, так і в управлінні туризмом.

Розділ 2 Основна частина

У розділі 2 розкривається тема курсової роботи. Так як курсова робота виконується з використанням матеріалів підприємства, на якому студент проходив виробничу практику, то доцільно подати відомості про це підприємство: назва, місце знаходження, характеристика організаційно-правової форми, коли було організоване, дані про власників (засновників), напрям діяльності тощо.

Управління туризмом має свої специфічні особливості і суттєво відрізняється від діяльності працівників інших галузей, хоча на перший погляд можна припустити, що менеджмент туристичного регіону та туристської організації спирається на ту ж базу, що і менеджмент будь-якого іншого підприємства. Завдання менеджменту в туризмі полягає не тільки в тому, щоб виявити загальні тенденції та закономірності його розвитку, а й у тому, щоб знайти ці специфічні особливості. Важливо виявити, чим же менеджмент туризму відрізняється від інших.

Система туризму тісно пов'язана з економікою, соціальною сферою, політикою, технологіями. До технологій, які обслуговують туристську галузь, відносять: транспортну техніку, оснащення готелів та ресторанів, комунікаційна техніка.

Транспорт: для туризму важлива не тільки чисто технічна сторона, а й наслідки розвитку засобів пересування, які надавали або впливають на стан суспільства і культури. У зв'язку з цим найважливішим показником є мобільність, яка створила можливість свободи пересування. Підвищена мобільність збільшує особисту свободу кожної людини, так як він отримує більше можливостей для вивчення відвідуваною місцевості.

Готельна і ресторанна техніка. В останні десятиліття вони значно покращилися, тому спростилися і робочі процеси в готельному та ресторанному господарстві.

Комунікаційна техніка. Комунікаційна техніка на сучасному етапі обумовлена розвитком комп'ютерних технологій: використання комп'ютерів внесло революційні перетворення в інформаційні та комунікаційні технології, так як забезпечило збереження великих обсягів інформації, а також їх швидку обробку та передачу. Інформаційні системи істотно поліпшили гласність туристського ринку і полегшили прийняття рішень, що стосуються вибору подорожі і підготовки до нього.

Виконуючи курсову роботу, студент має вивчити і охарактеризувати туристичну інфраструктуру регіону, у якому розміщено підприємство.

Таким чином, зміст основної частини курсової роботи повинен розкрити ті особливості менеджменту, які притаманні конкретній організації: особливості організації основної діяльності; політику маркетингових комунікацій; методи розповсюдження туристського продукту; методи і стилі управління, характерні для керівництва; кадрову політику підприємства; організацію розміщення та харчування туристів; організація перевезення споживачів туристичних послуг; організацію страхування тощо.

Висновки і пропозиції

У висновках викладається короткий зміст курсової роботи та аналізуються фактори, що визначають управлінські дії в організації відповідно до теми курсової роботи. У пропозиціях формулюються та обґрунтовуються пропозиції, що, на думку студента, можуть сприяти удосконаленню управління окремими видами діяльності туристської організації, на базі матеріалів якої виконувалася курсова робота, та рекомендації, щодо реалізації висунутих пропозицій.

Висновки та пропозиції формулюються коротко, чітко, конкретно, аргументовано.

Додатки

Додатки повинні містити матеріали, які можуть проілюструвати відомості, наведені у курсовій роботі. Це можуть бути копії засновницьких документів; етичний кодекс організації; схема організаційної чи управлінської структури підприємства; посадові інструкції менеджерів та працівників організації; опитувальні листи для споживачів послуг; рекламні буклети та проспекти тощо.

Використання додаткових матеріалів, які не мають відношення до теми курсової роботи не допускається.

Список використаної літератури

Список використаної літератури рекомендується наводити у такій послідовності:

- закони за роками прийняття (починаючи з найдавнішого);
- накази Міністерств і відомств України за роками прийняття;
- постанови за роками прийняття;
- інструкції;
- навчальна література;
- наукові статті;
- матеріали підприємства
- інтернет - ресурси.

Джерела в списку літератури наводять в алфавітному порядку. При цьому спочатку вказують прізвище автора, його ініціали, потім назву роботи, місце видання, видавництво, рік видання, сторінки.

Критерії оцінювання якості виконання курсової роботи

У процесі захисту курсової роботи оцінюється глибина знань студента в досліджуваній галузі менеджменту, його вміння вести дискусію, обґрунтовувати та відстоювати власну точку зору, відповідати на запитання. Узагальнені критерії оцінювання захисту курсової роботи та деталізовані бальні шкали наведено в таблиці 1.

Таблиця 1. Параметри та критерії оцінювання курсової роботи

Параметри оцінювання	Діапазон оцінки, балів	Критерії оцінювання за бальною шкалою
Оцінювання якості курсової роботи	0 – 75	
Відповідність змісту курсової роботи темі та затвердженому плану	0-15	0 – зміст жодного з параграфів курсової роботи не відповідає затвердженому плану
		5 – зміст одного параграфу курсової роботи відповідає затвердженому плану
		10 – зміст двох параграфів курсової роботи відповідає затвердженому плану
		15 – зміст усіх параграфів курсової роботи відповідає затвердженому плану
Ступінь розкриття теоретичних аспектів проблеми, обраної для дослідження, та коректність використання понятійного апарату	0-15	0 – понятійний апарат не сформовано; теоретичні аспекти проблеми не розкриті
		5 – понятійний апарат сформовано, але теоретичні аспекти проблеми не розкриті
		10 – понятійний апарат сформовано, теоретичні аспекти проблеми розкриті частково
		15 – понятійний апарат сформовано, теоретичні аспекти проблеми розкриті
Наявність критичних співставлень та узагальнень різних точок зору та підходів до постановки та розв’язання проблеми	0-10	0 – критичні співставлення та узагальнення відсутні
		5 – критичні співставлення наявні, але узагальнення відсутні або некоректні
		10 – критичні співставлення наявні та супроводжені коректними узагальненнями
Ступінь використання	0-10	0 – фактологічний матеріал не використаний

фактологічного матеріалу; висвітлення особливостей прояву та розв'язання досліджуваної проблеми у практиці вітчизняних підприємств		5 – залучений фактологічний матеріал, особливості прояву та розв'язання проблеми на вітчизняних підприємствах не висвітлені
		10 – залучений фактологічний матеріал, досвід вітчизняних підприємств висвітлений
Обсяг та адекватність використаних при написанні роботи першоджерел та дотримання етики посилань	0-10	0 – залучені матеріали лише навчальних підручників та посібників (до 10 джерел), етика посилань не дотримана
		5 – залучені матеріали навчальних підручників та посібників, періодичних видань (11-15 джерел), етика посилань дотримана частково
		10 – залучені матеріали навчальних підручників та посібників, монографій, статистичних збірників та довідників, періодичних видань та мережі Internet (більше 15 джерел), етика посилань дотримана
Відповідність оформлення курсової роботи встановленим вимогам	0-15	5 – текст курсової роботи оформлено з суттєвими порушеннями встановлених вимог
		10 - текст курсової роботи оформлено з незначними порушеннями встановлених вимог
		15 - текст курсової роботи оформлено у відповідності до встановлених вимог
Оцінювання захисту курсової роботи	0 – 25	
Вміння чітко та стисло викласти основні результати дослідження	0-10	0 – студент неспроможний чітко та стисло викласти основні результати дослідження
		5 – студент невпорядковано викладає основні результати дослідження
		10 – студент спроможний чітко та стисло викласти основні результати дослідження
Використання роздаткового ілюстративного матеріалу	0-5	0 – роздатковий ілюстративний матеріал не використано
		5 – доповідь супроводжена роздатковим ілюстративним матеріалом
Повнота, глибина, обґрунтованість відповідей на питання	0-10	0 – студент неспроможний надати відповіді на поставлені питання
		5 – студент надає неповні, поверхові, необґрунтовані відповіді на поставлені питання
		10 – студент надає повні, глибокі, обґрунтовані відповіді на поставлені питання

Остаточне оцінювання рівня виконання, презентації та захисту курсової роботи здійснюється за 100-бальною шкалою, що враховує:

- 1) попереднє оцінювання якості курсової роботи науковим керівником – 0-75 балів;
- 2) оцінювання захисту курсової роботи – 0-25 балів.

Після чого дані 100-бальної шкали оцінювання переводяться в 4-бальну та шкалу за системою ECTS за критеріями, наведеними в табл. 2.

Таблиця 2. Критерії оцінювання знань студентів

Оцінка за шкалою ESTS	Визначення	За національною системою	За системою ДонДУУ
A	Відмінно – відмінне виконання роботи або відповідь без помилок	5 (відмінно)	90-100
B	Дуже добре – виконання роботи з незначними помилками (до 5%)	4 (добре)	82-89
C	Добре – взагалі правильна робота, відповідь з кількома незначними помилками (до 10%)		75-81
D	Задовільно – непогано, але з певною кількістю помилок, які не заважають достатньо повному висвітленню питання, відповіді (до 25%)	3 (задовільно)	69-74
E	Достатньо – виконання робіт задовольняє мінімальні критерії для позитивної оцінки (до 40%)		60-68
FX	Незадовільно – потрібно додатково попрацювати для отримання позитивної оцінки	2 (незадовільно)	35-59
F	Незадовільно – необхідна серйозна подальша робота для отримання позитивної оцінки		1-34

Рішення щодо оцінки курсової роботи оголошується в той самий день, після чого оцінка записується на титульному аркуші курсової роботи та проставляється в екзаменаційну відомість і залікову книжку студента.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Конституція України // Прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996р., - К.:Українська правнича фундація, 1996.
2. В.Г.Сирота, Л.Д.Петловнюк. Менеджмент. Навчально-методичний посібник: Навчально-методичний центр по підготовці молодших спеціалістів, 2003.
3. Каліна А.В. Менеджмент. Навчально-методичний посібник: К., 2004
4. Михайлов С.І. Менеджмент. Підручник. Вінниця: Нова книга, 2000
5. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту. Підручник: К.: Кондор, 2005
6. Школа І.М. та ін.Менеджмент туристичної індустрії. Чернівці: Книги – XXI, 2003
7. Кіптенко В.К. Менеджмент туризму. Підручник. К.: Знання, 2010
8. Бабарицька В.К., Малиновська О.Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Підручник. К.: Альтерпрес, 2004
9. Голова О.Б. Менеджмент туризма: практический курс. М.: Финансы и статистика, 2007
10. Папирян Г.А. Менеджмент в индустрии гостеприимства. М.: Экономика, 2000

ОРІЄНТОВНА ТЕМАТИКА І ЗМІСТ КУРСОВИХ РОБІТ

1. Організація розміщення туристів на прикладі діяльності _____ .

План: Вступ.

1. Організаційна функція у туризмі.
2. Заклади розміщення туристів, їх види і класифікація.
3. Основні служби готелів, їх функції.
4. Оцінка якості обслуговування у готелях і туристських комплексах.

Висновки.

Література.

2. Мотивація туристичної діяльності.

План: Вступ.

1. Мотивація як загальна функція управління.
2. Мотивація діяльності у туризмі, основні напрями і чинники мотивації.
3. Мотивація поведінки споживачів туристських послуг на прикладі ____.

Висновки.

Література.

3. Організація перевезення туристів на прикладі _____.

План: Вступ.

1. Роль транспортних перевезень у туризмі.
2. Класифікація транспортних засобів.
3. Організація перевезення туристів на прикладі _____.
4. Організація безпеки транспортних перевезень у туризмі.

Висновки.

Література.

4. Організація розробки туру на прикладі _____.

План: Вступ.

1. Організація маркетингових досліджень ринку туристських послуг.
2. Розробка програми туристської подорожі.
3. Організація маркетингових комунікацій в умовах _____.

Висновки.

Література.

5. Організація просування туристських послуг в умовах _____.

План: Вступ.

1. Характеристика сучасного ринку туристських послуг.
2. Реклама як засіб просування туристського продукту.
3. Паблік рилейшнз як засіб комунікації у туризмі.
4. Організація реклами на місці продажу турів.

Висновки.

Література.

6. Організація харчування у туризмі на прикладі _____.

План: Вступ.

1. Функція менеджменту – організація.
2. Класифікація закладів харчування у туризмі.
3. Вимоги до підприємств харчування у туризмі.
4. Організація обслуговування туристів у закладах громадського харчування

Висновки.

Література.

7. Планування туристичної діяльності в умовах _____.

8. Організація діяльності туристських закладів на прикладі _____.

9. Організація забезпечення безпеки туристичних подорожей на прикладі _____.

10. Організація маркетингових комунікацій в умовах _____.

11. Організація інформаційного забезпечення туристичної діяльності.

12. Організація розважальних послуг у туризмі.

13. Планування маркетингової діяльності туристичних установ.

14. Планування цінової стратегії підприємства.

15. Організація маркетингу туристичного підприємства в умовах _____.

16. Організація ефективного управління у туризмі в умовах _____.

17. Організація обслуговування туристів у готелях і туристських комплексах.

18. Організація маркетингових досліджень у туризмі.

19. Організація рекламно-інформаційної діяльності в умовах _____.

21. Менеджмент персоналу у туризмі.
22. Організація санаторно-курортної діяльності у сфері туризму.
23. Організація управління процесами комунікацій у туризмі.
24. Організація контролю в управлінні туристичною діяльністю.
25. Контроль і оцінка якості послуг у готелях і туристичних комплексах.