

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет географічний
Кафедра туризму та готельного господарства

СИЛАБУС

вибіркової навчальної дисципліни

ЦІНОУТВОРЕННЯ

підготовки	Бакалавр
спеціальності	242 Туризм
освітньо-професійної програми	Туризм

Силабус навчальної дисципліни «ЦІНОУТВОРЕННЯ» підготовки бакалавра, галузі знань 24 Сфера обслуговування, спеціальності 242 Туризм, за освітньо-професійною програмою Туризм.

Укладач: Громко Л. С., доцент, кандидат економічних наук.

Силабус навчальної дисципліни затверджено на засіданні кафедри туризму та готельного господарства
протокол №1 від 30 серпня 2021 р.

Завідувач кафедри



Ільїн Л. В.

I. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма Освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни
		Денна форма навчання
Кількість кредитів – 5	Галузь знань: 24 Сфера обслуговування Спеціальність: 242 Туризм Освітньо-професійна програма: Туризм	Вибіркова
Модулів – 3		Рік підготовки – 2
Змістових модулів – 3		Семестр – 3
ІНДЗ: є		Лекції – 26 год.
Загальна кількість годин – 150		Практичні – 28 год.
Тижневих годин: аудиторних – 3	Бакалавр	Самостійна робота – 86 год. Консультації – 10 год. Форма контролю: залік
Мова навчання		Українська

II. Інформація про викладача

Викладач: Громко Лілія Сергіївна, кандидат економічних наук, доцент
Контактна інформація викладача:

Телефон 0660793032

Електронна пошта: hromko.lilia@vnu.edu.ua

Адреса викладання курсу: вул. Потапова, 9, корпус С ВНУ імені Лесі Українки

Кафедра – туризму та готельного господарства

Факультет – географічний

Дні занять розміщено на <http://194.44.187.20/cgi-bin/timetable.cgi?n=700>

III. Опис дисципліни

1. Анотація курсу.

Дисципліна «Ціноутворення» спрямована надання студентам ґрунтовних знань щодо сутності та класифікації витрат; підходів до визначення витрат; процесу управління витратами на підприємстві, що передбачає планування витрат, організацію центрів відповідальності, контроль та регулювання витрат; резервів зниження витрат; оптимізації операційної системи підприємства за критерієм витрат.

2. Постреквізити дисципліни. Вивчення дисципліни сприятиме кращому засвоєнню таких дисциплін, як: «Маркетинг туризму та готельно-ресторанного господарства», «Аналіз діяльності підприємств готельного та ресторанного господарства».

3. Мета і завдання навчальної дисципліни.

Метою дисципліни є формування у студентів системи спеціальних теоретичних знань та практичних навиків щодо вивчення комплексу економічних, політичних, соціальних та психологічних факторів, економічного потенціалу підприємств готельно – ресторанного бізнесу з метою здійснення ефективної цінової політики.

Завдання курсу:

- розуміти механізм формування цін в сучасних ринкових умовах;
- знати механізм державного регулювання цін на товари та послуги сфери індустрії гостинності;
- розуміти методологічні питання формування цінової політики підприємств готельно-ресторанного господарства та сучасні методи ціноутворення в готельно-ресторанному бізнесі.

4. Результати навчання (компетентності).

Загальні компетентності (ЗК):

- Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
- Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

Спеціальні (фахові) компетентності (СК):

- Здатність управляти підприємством, приймати рішення у господарській діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.
- Здатність працювати з технічною, економічною, технологічною та іншою документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом готельного та ресторанного бізнесу.
- Здатність виявляти, визначати й оцінювати ознаки, властивості і показники якості продукції та послуг, що впливають на рівень забезпечення вимог споживачів у сфері гостинності.
- Здатність ініціювати концепцію розвитку бізнесу, формулювати бізнес-ідею розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.
- Здатність здійснювати планування, управління і контроль діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

Результати навчання (РН):

- Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.
- Аналізувати, інтерпретувати і моделювати на основі існуючих наукових концепцій сервісні, виробничі та організаційні процеси готельного та ресторанного бізнесу.
- Здійснювати ефективний контроль якості продуктів та послуг закладів готельного і ресторанного господарства.
- Розуміти економічні процеси та здійснювати планування, управління і контроль діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.
- Виконувати самостійно завдання, розв'язувати задачі і проблеми, застосовувати їх в різних професійних ситуаціях та відповідати за результати своєї діяльності.
- Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань при організації ефективних комунікацій зі споживачами та суб'єктами готельного та ресторанного бізнесу.

5. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Практ.	Сам. роб.	Конс.	Форма контролю. Бали
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи ціноутворення.						
Тема 1. Концепція ціноутворення	13	2	2	8	1	усне опитування, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 4 бали.
Тема 2. Принципи ринкового ціноутворення	13	2	2	8	1	усне опитування, тестові завдання, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 4 бали.

Тема 3. Система цін	13	2	2	8	1	усне опитування, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 4 бали.
Тема 4. Цінова стратегія підприємства на ринку.	18	4	4	9	1	усне опитування, тестові завдання, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 4 бали.
Тема 5. Законодавчо-правове регулювання процесів ціноутворення в сфері індустрії гостинності.	18	4	4	9	1	усне опитування, тестові завдання, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 4 бали.
Разом за змістовим модулем 1	75	14	14	42	5	тести, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 30 балів
Змістовий модуль 2. Цінова політика у готельно-ресторанному господарстві.						
Тема 6. Цінова політика підприємства готельно-ресторанного господарства	13	2	2	8	1	усне опитування, тестові завдання, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 4 бали.
Тема 7. Чинники та методи ціноутворення.	14	2	2	9	1	усне опитування, тестові завдання, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 4 бали.
Тема 8. Маркетингова стратегія ціноутворення.	16	2	4	9	1	усне опитування, тестові завдання, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 4 бали.
Тема 9. Цінові ризики.	14	2	2	9	1	усне опитування, тестові завдання, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 4 бали.
Тема 10. Ціноутворення в сфері готельно-ресторанного господарства	18	4	4	9	1	усне опитування, тестові завдання, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 4 бали.
Разом за змістовим модулем 2	75	12	14	44	5	тести, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 30 балів
Усього годин	150	26	28	86	10	Максимальна оцінка 100 балів.

6. Завдання для самостійного опрацювання.

№ з/п	Тема	Кількість годин
1	Тема 1. Концепція ціноутворення	8
2	Тема 2. Принципи ринкового ціноутворення	8

3	Тема 3. Система цін	8
4	Тема 4. Цінова стратегія підприємства на ринку.	9
5	Тема 5. Законодавчо-правове регулювання процесів ціноутворення в сфері індустрії гостинності.	9
6	Тема 6. Цінова політика підприємства готельно-ресторанного господарства	8
7	Тема 7. Чинники та методи ціноутворення.	9
8	Тема 8. Маркетингова стратегія ціноутворення.	9
9	Тема 9. Цінові ризики.	9
10	Тема 10. Ціноутворення в сфері готельно-ресторанного господарства	9
	Разом	86

IV. Політика оцінювання

Оцінювання знань студентів з навчальних дисциплін здійснюється на основі результатів поточного контролю й модульного контролю знань.

Результати поточного контролю: оцінки за виконання студентом практичних робіт; оцінка за виконання самостійної роботи.

Відвідування занять є обов'язковим. Студенти зобов'язані дотримуватися термінів, визначених для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених курсом. У разі відсутності через хворобу надати відповідну довідку. Пропущені заняття відпрацьовувати під час консультацій. Студент повинен старанно виконувати завдання, брати активну участь у навчальному процесі.

Політика щодо академічної доброчесності. Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені.

Вимоги до академічної доброчесності визначаються «Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату у науково-дослідній діяльності здобувачів вищої освіти та науково-педагогічних працівників ВНУ ім. Лесі Українки», що розміщується на сайті університету за посиланням: <https://ra.eenu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/11/Polozhennya-Antyplagiat.pdf>.

Політика щодо дедлайнів та перескладання. Терміни здачі практичних робіт, самостійної роботи повідомляє викладач на перших аудиторних заняття з дисципліни або прописує на інтернет-платформі курсу. Перескладання завдань поточного контролю та модульного контролю при вивченні дисципліни «Управління персоналом» узгоджується з політикою ЗВО.

V. Підсумковий контроль

Формою підсумкового контролю є залік.

Якщо студент успішно виконав усі запропоновані викладачем завдання й отримав остаточну оцінку не менше, ніж 60 балів, підсумкову оцінку він отримує без складання заліку. Така оцінка виставляється в день проведення заліку за умови обов'язкової присутності студента.

Якщо студент отримав остаточну оцінку нижчу за 60 балів, підсумкова оцінка визначається як сума балів, отриманих за поточний контроль (максимум 40 балів) та залікової оцінки (максимум 60 балів).

Залікова оцінка визначається за результатами виконання залікових завдань, які вміщують 30 тестових та 2 практичні завдання.

VI. Шкала оцінювання

Оцінка в балах за всі види навчальної діяльності	Оцінка
90 – 100	Відмінно
82 – 89	Дуже добре
75 – 81	Добре
67 – 74	Задовільно
60 – 66	Достатньо
1 – 59	Незадовільно

VII. Рекомендована література та інтернет-ресурси

Основна

1. Басюк Т.П., Керанчук Т.Л. Економіка готельно-ресторанного бізнесу: навч. посіб. Київ: НУХТ, 2018. 282 с.
2. Закон України «Про ціни і ціноутворення № 184/98-ВР від 05.03.98 (зі змінами і доповненнями).
3. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г., Когут У.І. Управління витратами на підприємствах : навч. посібник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. 244 с.
4. Мардус Н.Ю. Цінове позиціонування товарів виробничотехнічного призначення в системі маркетингу : дис. канд. екон. наук. нац. техн. ун-т «Харківський політехн. ін-т». Х., 2013. 258 с.

Додаткова

1. Бойчик І.М. Економіка підприємства: підручник. Київ: Кондор-Видавництво, 2016. 378 с.
2. Власова, Н.С. Краснокутська, О.А. Круглова, Мілаш І.В. Економіка ресторанного господарства: навч. посіб. Харків: Світ Книг, 2015. 389 с.
3. Костинець В.В. Маркетингові інструменти забезпечення конкурентоспроможності підприємства на ринку готельних послуг. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2017. Вип. 3 (09). С. 66–70.

Інтернет-ресурси

1. Жовнірова М. Цінова політика як складова соціальних комунікацій в індустрії гостинності. Соціальні комунікації в культурних індустріях: теорія та практика гостинності в готельно-ресторанному й туристичному бізнесі. URL: <http://knukim.edu.ua/wp-content/uploads/2014/06/221.pdf>.
2. Мехеда Н.Г. Сучасна практика ціноутворення в готельному бізнесі. URL: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=73407>.
3. Солнцев С.О., Муха Б.Г. Формування цінової політики та механізм ціноутворення на ринку готельних послуг. Ефективна економіка. 2012. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1154>.