

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ
«ІВАНО-ФРАНКІВСЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
КАРПАТСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА»**

Циклова комісія професійної та практичної підготовки
спеціальність «Туризм і рекреація»

**СИЛАБУС
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ І МАРКЕТИНГУ»**

освітньо-професійний ступінь «Фаховий молодший бакалавр»

Освітньо-професійна програма «Туризм»
Спеціальність ІЗ Туризм та рекреація
Галузь знань І Транспорт та послуги
Освітня кваліфікація : Фаховий молодший бакалавр з туризму та рекреації

Затверджено на засіданні циклової комісії професійної
та практичної підготовки спеціальність «Туризм і рекреація»
Протокол № 1 від 29 серпня 2025 р.

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	Основи менеджменту і маркетингу
Викладач (-і)	Вольвин Елла Михайлівна
Контактний телефон викладача	+380676750767
E-mail викладача	ella.volvyn@cnu.edu.ua
Формат дисципліни	очний
Обсяг дисципліни	3 кредити ЄКТС, 90 год.
Посилання на сайт дистанційного навчання	http://www.d-learn.pu.if.ua/
Консультації	Згідно розкладу
2. Анотація до навчальної дисципліни	
«Основи менеджменту і маркетингу» - навчальна дисципліна спрямована на вивчення закономірностей і принципів управління та маркетингової діяльності підприємств, з акцентом на туристично-рекреаційні підприємства. Дисципліна поєднує теоретичні засади менеджменту та маркетингу з практичними аспектами формування туристичного продукту, управління персоналом, прийняття управлінських рішень і просування туристичних послуг на ринку. Предметом вивчення дисципліни є система знань про управлінські та маркетингові процеси, методи планування, організації, мотивації, контролю і маркетингових комунікацій, що відображають сучасні тенденції розвитку туристично-рекреаційного ринку.	
3. Мета та цілі навчальної дисципліни	
Метою вивчення навчальної дисципліни є: формування у здобувачів освіти системи базових теоретичних знань та практичних навичок з менеджменту і маркетингу туристичних підприємств для забезпечення ефективної професійної діяльності у сфері туризму та рекреації. Цілями вивчення дисципліни є: • Формування розуміння сутності, ролі та значення менеджменту і маркетингу в системі управління туристичними підприємствами. • Ознайомлення з основними функціями менеджменту (планування, організація, мотивація, контроль) та їх реалізацією у сфері туризму і рекреації. • Засвоєння базових понять і категорій маркетингу туристичних послуг. • Вивчення особливостей організаційної структури та управління діяльністю туристичних підприємств. • Формування навичок прийняття управлінських і маркетингових рішень у типових професійних ситуаціях. • Оволодіння методами аналізу ринку туристичних послуг і поведінки споживачів. • Набуття практичних умінь щодо формування, позиціонування та просування туристичного продукту. • Формування навичок ефективної комунікації та взаємодії з клієнтами і партнерами туристичного бізнесу. • Розвиток здатності працювати в команді та застосовувати елементи лідерства у професійній діяльності.	

- Засвоєння основ мотивації персоналу та управління трудовими ресурсами у сфері туризму.
- Формування відповідального ставлення до виконання професійних обов'язків та дотримання норм професійної етики.
- Ознайомлення з сучасними тенденціями розвитку менеджменту і маркетингу в туристичній індустрії.
- Розвиток умінь використовувати інформаційні ресурси та цифрові інструменти у менеджменті й маркетингу.
- Формування здатності адаптувати управлінські та маркетингові рішення до змін ринкового середовища.
- Сприяння розвитку підприємницького мислення та готовності до самостійної професійної діяльності у сфері туризму.

4. Програмні компетентності та результати навчання

ЗК7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК8. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

СК 1. Здатність застосовувати на практиці знання з правового регулювання сфери туризму і рекреації в Україні.

СК 7. Здатність виконувати вимоги законодавства щодо забезпечення безпеки туристів і рекреантів, збереження їх майна, охорони туристичних ресурсів України і довкілля.

СК 10. Здатність застосовувати організаційні й технологічні процеси суб'єкта туристично-рекреаційної сфери.

СК 11. Здатність реалізовувати ефективні комунікації та навички взаємодії у професійній діяльності.

СК 13. Здатність працювати в команді й налагоджувати міжособистісну взаємодію під час розв'язання професійних задач.

РН 4. Розв'язувати типові спеціалізовані задачі у професійній діяльності.

РН 9. Брати участь у підготовці проєктів договорів туристичного, рекреаційного, екскурсійного, готельного обслуговування.

РН 10. Забезпечувати процес комплексного обслуговування клієнтів під час надання туристично-рекреаційних послуг та реалізації туристичного продукту.

РН 11. Застосовувати знання з основ психології, що сприяють розвитку загальної культури, для розв'язання професійних задач.

РН 12. Застосовувати навички командної роботи, лідерства для налагодження комунікації у професійній діяльності.

РН 13. Здійснювати пошук, оброблення й аналізування інформації з різних джерел у професійній діяльності.

РН16. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з організації туристично-рекреаційного процесу та туристичної діяльності суб'єктів туристичного ринку, а також світоглядних та суміжних наук.

5. Організація навчання

Обсяг навчальної дисципліни

Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	20
семінарські, практичні заняття	40
самостійна робота	30

Ознаки навчальної дисципліни			
Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативна / вибіркова
6	ІЗ Туризм та рекреація	3	нормативна
Тематика навчальної дисципліни			
Тема			
	лекції	семінарські заняття	самостійна робота
Тема 1. Менеджмент і маркетинг як складові системи управління.	2		
Тема 2. Еволюція управлінської та маркетингової думки.	2		
Тема 3. Організація як об'єкт менеджменту.	2		
Тема 4. Функції менеджменту.	2		
Тема 5. Управління персоналом і лідерство	2		
Тема 6. Основи маркетингу та маркетингове середовище.	2		
Тема 7. Маркетингові дослідження і поведінка споживачів.	2		
Тема 8. Формування продукту та ціноутворення.	2		
Тема 9. Маркетингові комунікації та просування.	2		
Тема 10. Сучасні тенденції менеджменту і маркетингу.	2		
Тема 11. Сутність менеджменту і маркетингу та їх місце в системі управління підприємством.		2	1
Тема 12. Роль менеджменту і маркетингу в діяльності туристичного підприємства.		2	1
Тема 13. Класичні школи менеджменту та етапи розвитку управлінської думки.		2	1
Тема 14. Сучасні підходи до менеджменту та орієнтація на споживача як основа маркетингової діяльності.		2	2
Тема 15. Види планування в діяльності підприємства: стратегічне, тактичне та оперативне.		2	2
Тема 16. Формування місії, цілей і завдань туристичного підприємства.		4	1
Тема 17. Маркетингове планування та його роль в управлінні туристичною організацією.		2	2

Тема 18. Сутність контролю як функції менеджменту та його значення для ефективної діяльності.		2	2
Тема 19. Види управлінських рішень та етапи їх прийняття.		2	2
Тема 20. Аналіз типових управлінських ситуацій у туристичній діяльності.		2	2
Тема 21. Організаційні структури управління туристичними підприємствами.		2	2
Тема 22. Командна робота, лідерство та ділові комунікації в туризмі.		2	2
Тема 23. Фактори впливу на вибір туристичних і рекреаційних послуг споживачами.		2	2
Тема 24. Сегментація ринку та визначення цільової аудиторії туристичного продукту.		2	2
Тема 25. Формування туристичного продукту та його життєвий цикл.		2	2
Тема 26. Формування цінової політики туристичного підприємства та особливості ціноутворення.		2	2
Тема 27. Маркетингові комунікації, клієнтоорієнтованість та формування лояльності споживачів туристичних послуг. Аналіз практичних кейсів.		4	2
Тема 28. Підсумкове заняття.		2	2
ЗАГ.:	20	40	30
6. Система оцінювання курсу			
Загальна система оцінювання навчальної дисципліни	Вид контролю – залік Максимальна кількість балів – 100. Практичні заняття – 50 балів, Контрольна робота – 10 балів; Самостійна робота / індивідуальне/творче завдання – 20 балів. Залік – 20 балів		
Вимоги до письмової роботи	Контрольна робота – 10 балів. Самостійна робота – 20 балів.		
Семінарські, практичні заняття	Максимальна оцінка – 100 балів.		
Умови допуску до підсумкового контролю	Виконання 50 % завдань		
Підсумковий контроль	Форма контролю – залік. Форма здачі – комбінована (усна, письмова).		
7. Політика навчальної дисципліни			
1. Письмові роботи виконуються відповідно до тематики лекцій, зазначених у силабусі. 2. Академічна доброчесність. Викладання навчальної дисципліни та взаємодія із здобувачем освіти ґрунтуються на основі положень та принципів академічної доброчесності, що			

регламентують Академічна доброчесність. Викладання навчальної дисципліни та взаємодія із здобувачем освіти ґрунтуються на основі положень та принципів академічної доброчесності, що регламентують діяльність здобувачів освіти та педагогічних працівників: Кодекс честі Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника; Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника; Положення про запобігання академічному плагіату в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника. Ознайомитися з цими положеннями та документами можна за посиланням <https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/>.

3. Відвідування занять. Пропуски семінарських занять відпрацьовуються. Здобувач освіти зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття відповідно до «Порядку організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019 р.; із внесеними змінами наказом № 309 від 19 травня 2023 р.).

Порядок та організація контролю знань здобувачів фахової передвищої освіти визначаються «Положенням про організацію освітнього процесу у Відокремленому структурному підрозділі «Івано-Франківський фаховий коледж Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника», введеного в дію наказом ректора від 13 жовтня 2023 р № 830 <https://ifk.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/8/2022/05/eb685d9c-837e-46f6-a18f-030a4ea6a7c2.pdf>

4. Неформальна освіта. Результати неформальної освіти зараховується згідно «Положення про визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної освіти в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника» <https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2022/11/neformalna-osvita.pdf>

8. Рекомендована література

Основна:

1. Страпчук С. І., Миколенко О. П., Попова І. А., Пустова В. В. Менеджмент: навчальний посібник. – Львів: Новий Світ – 2000, 2020. – 356 с.
2. Руденко В. П., Сушко В. І., Копистинська О. П. Менеджмент туристичної індустрії. – Чернівці: ЧНУ, 2021. – 412 с.
3. Афонченкова Т., Булюк О., Лугінін О., Масенко Б., Панченко Ю., Федотова Н. Менеджмент і маркетинг туризму: навчальний посібник. – Київ: Центр учбової літератури, 2021. – 368 с.
4. Вдовічен А. А., Вдовічена О. Г., Чичун В. А. Менеджмент у питаннях та відповідях: навчальний посібник. – Чернівці: ЧТЕІ ДТЕУ, 2023. – 172 с.
5. Мандюк М., Манко І. Менеджмент у туризмі: навчальний посібник. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2022. – 240 с.
6. Менеджмент: Підручник / С.Ю. Бірюченко, К.О. Бужимська, І.В. Бурачек та ін.; під заг. ред. Т.П. Остапчук. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка». Житомир: Вид-во «Рута», 2021. 856 с.

Допоміжна:

1. Березін О. В., Безпарточний М. Г. Управління проектами: навчальний посібник. – Суми: Університетська книга, 2020. – 280 с.
2. Божидарнік Т. В., Василик Н. М. Креативний менеджмент: навчальний посібник. – Херсон: Олді-плюс, 2021. – 420 с.
3. Бондар-Підгурська О. В., Глебова А. О. Ділове адміністрування (корпоративне управління): навчальний посібник. – Київ: Ліра-К, 2020. – 350 с.

4. Ілляшенко С. М. Інноваційний менеджмент: навчальний посібник. – Суми: Університетська книга, 2021. – 334 с.
5. Косач І. А., Ладонько Л. С., Калінько І. В. Менеджмент організацій та управління змінами: навчальний посібник. – Київ: Кондор, 2022. – 276 с.
6. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент : підручник. – 15-те вид. – Київ: Основи, 2020. – 800 с.
7. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник. – 8-ме вид., перероб. і доп. – Київ: Лібра, 2021. – 720 с.
8. Афонченкова Т., Булюк О., Лугінін О., Масенко Б., Панченко Ю., Федотова Н. Менеджмент і маркетинг туризму : навчальний посібник. – Київ: Центр учбової літератури, 2021. – 368 с.
9. Мандюк М., Манко І. Маркетинг у туризмі : навчальний посібник. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2022. – 260 с.
10. Балабанова Л. В., Холод В. В. Маркетинг підприємства : навчальний посібник. – Київ: Центр учбової літератури, 2023. – 400 с.

Інформаційні ресурси:

1. Сервер Верховної Ради України – www.rada.gov.ua
2. Ліга Бізнес-Інформ – www.liga.net
3. Нормативні акти України – www.nau.kiev.ua
4. Портал «Право. Україна» – www.legal.com.ua
5. Українське право – www.ukrpravo.com
6. Міністерство освіти і науки України – www.mon.gov.ua
7. Платформа масових відкритих онлайн-курсів Prometheus
https://prometheus.org.ua/about-us/?utm_source=chatgpt.com Міністерство освіти і науки України – <https://www.mon.gov.ua>
8. Сервер Верховної Ради України (законодавче регулювання маркетингової та підприємницької діяльності) – <https://www.rada.gov.ua>
9. Державна служба статистики України (ринкові показники, споживчі тенденції) – <https://www.ukrstat.gov.ua>
10. Американська маркетингова асоціація (АМА) – <https://www.ama.org>
11. HubSpot Marketing Library (цифровий маркетинг, клієнтоорієнтованість) – <https://www.hubspot.com/resources>
12. Statista (маркетингові дослідження, аналітика ринків) – <https://www.statista.com>
13. Think with Google (маркетингові тренди, поведінка споживачів) – <https://www.thinkwithgoogle.com> Всесвітня туристична організація (UNWTO) – <https://www.unwto.org>
(аналітичні звіти, кейси з розвитку туризму, маркетинг дестинацій)
14. Європейська туристична комісія (ЕТС) – <https://etc-corporate.org>
(маркетингові кампанії, брендинг туристичних регіонів)
15. Національна туристична організація України (НТОУ) – <https://nto.ua>
(кейси промоції туристичних продуктів України)
16. World Travel & Tourism Council (WTTC) – <https://wttc.org>
(стратегічні звіти, кейси управління туристичною галуззю)
17. Tourism Review – <https://www.tourism-review.com>
(маркетингові кейси, тренди туризму)

Викладач:

Елла ВОЛЬВИН