

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІАКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

Затверджую
Перший проректор

_____ проф. Рогоза М.Є.
“ ____ ” _____ 201__ р.

РОБОЧА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА
з навчальної дисципліни
**«ЦІНОУТВОРЕННЯ В ТУРИСТИЧНОМУ
БІЗНЕСІ»**

для студентів за напрямом підготовки 6.140103 «Туризм»

Факультету харчових технологій, готельно-ресторанного
і туристичного бізнесу

Полтава 2015

Робоча навчальна програма «Ціноутворення в туристичному бізнесі» для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм» на 8 семестр 2015-2016 навчального року

Укладач: Карпенко Ю.В., кандидат економічних наук, доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу

Робоча навчальна програма обговорена і схвалена на засіданні кафедри туристичного та готельного бізнесу

1 вересня 2015 р. протокол № 1

Зав. кафедрою

_____ проф. Скляр Г.П.
(підпис)

СХВАЛЕНО

Голова науково-методичної групи з підготовки напряму і спеціальності «Туризм»

2 вересня 2015 р. протокол № 1

_____ проф. Скляр Г.П.
(підпис)

УЗГОДЖЕНО

Заступник декана факультету харчових технологій, готельно-ресторанного і туристичного бізнесу з навчально-методичної роботи

_____ доц. Карпенко В.Д.
(підпис)

«_____» _____ 201__ р.

УЗГОДЖЕНО

Директор науково-навчального центру

_____ доц. Герман Н.В.
(підпис)

«_____» _____ 201__ р.

ЗМІСТ

	Стор.
Вступ.....	4
Загальна характеристика навчальної дисципліни.....	6
Розподіл годин з навчальної дисципліни.....	6
Робочий графік навчальної дисципліни.....	6
Тематичний план навчальної дисципліни.....	7
Технологічна карта тематичного плану дисципліни.....	8
Технологічна карта самостійної роботи студента з навчальної дисципліни.....	10
Графік проведення індивідуально-консультативної роботи з навчальної дисципліни.....	11
Методики активізації процесу навчання.....	11
Система поточного і підсумкового контролю з навчальної дисципліни.....	11
Шкала оцінювання знань студентів за результатами підсумкового контролю з навчальної дисципліни.....	12
Розподіл балів, що отримують студенти за результатами вивчення навчальної дисципліни	13
Система нарахування балів за видами навчальної роботи	14
Система нарахування додаткових балів за видами робіт з вивчення навчальної дисципліни.....	14
Перелік питань з підготовки до поточного модульного контролю з дисципліни.....	15
Зразок модульного завдання.....	16
Навчально-методичне забезпечення з дисципліни.....	17
Перелік основної та додаткової навчально-методичної літератури з дисципліни	18
Програмне забезпечення комп'ютерної підтримки навчального процесу з навчальної дисципліни.....	20

ВСТУП

Навчальна дисципліна «Ціноутворення в туристичному бізнесі» є однією із дисциплін з підготовки бакалаврів за напрямом 6.140103 «Туризм». Вона охоплює головні теоретико-методологічні основи управління цінами на продукти (послуги) туристичного бізнесу, дає необхідну сукупність теоретичних і практичних знань з виробу, обґрунтування та розробки цінової політики і стратегії підприємства з урахуванням впливу зовнішніх і внутрішніх чинників.

Метою вивчення дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі» є формування у студентів знань сучасних поглядів на особливості процесу ціноутворення, що здійснюється на основі сукупності загальних принципів, правил, методів розробки ціни і формування концепції ціноутворення.

Основні завдання вивчення дисципліни:

формування у студентів уявлення про загальну методологією ціноутворення в умовах ринкової економіки;

розкрити особливості ціноутворення у туристичній галузі;

озброєння студентів навичками визначення оптимальної структури ціни для максимізації прибутку туристичного підприємства.

Предметом дисципліни є виявлення конкретних форм прояву економічних законів функціонування, розвитку та управління цінами в умовах ринкової економіки, формування цінової політики і стратегії ціноутворення в туристичному бізнесі.

Результатом вивчення дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі» є формування професійних знань та вмінь, розвиток творчої особистості майбутнього фахівця.

У результаті опанування навчальної дисципліни студенти повинні:

знати: сучасні теорії та ринкові методи управління цінами; сутність та принципи формування цінової політики підприємства та етапи розробки цінової стратегії підприємства; предмет, завдання та методи ціноутворення у туристичному бізнесі та особливості ціноутворення на інших видах ринків; складові ціни та чинники, що впливають на неї; методи контролю і регулювання цін з боку держави;

вміти: економічно обґрунтовувати цінову політику підприємства та розробляти цінову стратегію; ефективно управляти цінами у відповідності до змін ринкової кон'юнктури; розраховувати ціну на туристичний продукт різними методами; розраховувати еластичність попиту за ціною на туристичний продукт; визначати поведінку туристичних підприємств, споживачів в умовах конкуренції.

Оволодіти *основними навичками* щодо творчого, критичного погляду на діючий економічний механізм управління цінами та процес розробки обґрунтованих пропозицій щодо його вдосконалення;

швидкого реагування на зміну кон'юнктури ринку та відповідної зміни цінової політики і стратегії для збереження чи покращення позицій підприємства на відповідному ринку.

Викладання дисципліни базується на чинному законодавстві України, сучасних літературних джерелах, довідкової і монографічної літератури, матеріалах періодичних видань, відомчих документів, даних мережі Інтернет; на практичних заняттях передбачається використання матеріалів підприємств різних форм власності і господарювання, вирішення ситуаційних завдань, проведення самостійного дослідження окремих показників діяльності підприємства.

Методологія вивчення курсу включає сукупність таких методів як: історичний, логічний, макро- і мікроекономічні підходи до оцінки економічних процесів і явищ, альтернативність варіантів розв'язання господарських задач, узагальнення та визначення можливості застосування і поширення передового вітчизняного та зарубіжного досвіду формування цінової політики та стратегії ціноутворення.

Вивчення курсу передбачає метою глибоке оволодіння теоріями сучасного ціноутворення, різними типами цінової політики і стратегії підприємств, методами ринкового ціноутворення у сферах виробництва і обігу з метою максимізації доходів та прибутку підприємств, підвищення конкурентоспроможності продукції.

Навчальна дисципліна спирається не тільки на власні логіку і зміст, але й на вихідні методологічні положення базових дисциплін, таких як «Економічна теорія», «Регіональна економіка», «Маркетинг», «Фінанси», «Економіка підприємства».

При викладанні дисципліни використовується чинне законодавство України, сучасні літературні джерела, довідкова і монографічна література, матеріали періодичних видань, відомчі документи, дані мережі Інтернет.

Структура навчального процесу з дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі» передбачає:

денна форма – 90 годин навантаження, у тому числі: 18 годин лекцій, практичних занять – 30 годин, індивідуальних – 10 годин, самостійної роботи студентів – 32 години.

Підсумковим контролем знань з дисципліни є ПМК (залік).

Таблиця 4. Тематичний план навчальної дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі» для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм» – денна форма навчання

Назва теми	Кількість годин за видами занять:				
	Разом	аудиторні:		позааудиторні:	
		лекції	практичні	індивідуально-консультативна робота	самостійна робота
<i>Модуль 1. Економічні засади ціноутворення в сучасних умовах господарювання</i>					
Тема 1. Економічна сутність та функції ціни	7	2	-	1	4
Тема 2. Державне регулювання цін в Україні	11	2	4	1	4
Тема 3. Система цін в економіці України	11	2	4	1	4
Тема 4. Механізм ринкового ціноутворення в туристичному бізнесі	11	2	4	1	4
<i>Модуль 2. Особливості ціноутворення у туристичному бізнесі</i>					
Тема 5. Склад і структура витрат на формування та реалізацію туристичного продукту (послуг)	18	4	6	2	6
Тема 6. Особливості обліку і калькуляції собівартості продукції (послуг) підприємств туристичного бізнесу	18	4	6	2	6
Тема 7. Формування цін на туристичну продукцію (послуги)	14	2	6	2	4
Разом	90	18	30	10	32

**Таблиця 5. Технологічна карта тематичного плану навчальної дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі»
яка викладається для студентів денної форми навчання**

Назва змістових модулів, тем та питання, що розглядаються на лекції	Обсяг годин	Тема практичних занять	Обсяг годин	Навчально-методична література
<i>Модуль 1. Економічні засади ціноутворення в сучасних умовах господарювання</i>	8		12	
<p align="center"><i>Тема 1. Економічна сутність та функції ціни</i></p> <p>1.1 Сутність категорій «ціна» та «ціноутворення». Теорії, на яких ґрунтуються підходи щодо визначення цінності товару. 1.2 Методологія ціноутворення як процес формування рівнів, структури та динаміки цін. 1.3 Методика ціноутворення як засіб формування цінової політики туристичного підприємства.</p>	2		-	Осн.: 1-24. Дод.: 25-52.
<p align="center"><i>Тема 2. Державне регулювання цін в Україні</i></p> <p>2.1 Державне регулювання цін, його основні методи. 2.2 Нормативно-правове забезпечення державного регулювання цін. 2.3 Особливості державного регулювання цін на продукцію (послуги) підприємств туристичного бізнесу.</p>	2	<p align="center"><i>Практичне заняття 1. Форми і засоби державного регулювання цін.</i></p> <p align="center"><i>Практичне заняття 2. Особливості державного регулювання цін на продукцію (послуги) підприємств туристичного бізнесу.</i></p>	4	Осн.: 1-24. Дод.: 27-50.
<p align="center"><i>Тема 3. Система цін в економіці України</i></p> <p>3.1 Поняття та характеристика системи цін. 3.2 Класифікація цін залежно від сфери і масштабів діяльності підприємства. 3.3 Види цін та порядок їх встановлення на послуги та продукцію підприємств туристичного бізнесу.</p>	2	<i>Практичне заняття 3-4. Методика встановлення цін на послуги та продукцію підприємств туристичного бізнесу.</i>	4	Осн.: 1-24. Дод.: 29-49.
<p align="center"><i>Тема 4. Механізм ринкового ціноутворення в туристичному бізнесі</i></p> <p>4.1 Вибір методу ціноутворення в умовах конкуренції. Загальний алгоритм методики розрахунку ціни. 4.2 Цінова політика як елемент господарського механізму підприємства. 4.3 Методи ціноутворення в туристичному бізнесі.</p>	2	<p align="center"><i>Практичне заняття 5. Принципи, завдання та етапи формування цінової політики підприємств.</i></p> <p align="center"><i>Практичне заняття 6. Методи ціноутворення в туристичному бізнесі.</i></p>	4	Осн.: 1-24. Дод.: 30-45.
<i>Модуль 2. Особливості ціноутворення у туристичному бізнесі</i>	10		18	

Назва змістових модулів, тем та питання, що розглядаються на лекції	Обсяг годин	Тема практичних занять	Обсяг годин	Навчально-методична література
<p><i>Тема 5. Склад і структура витрат на формування та реалізацію туристичного продукту (послуг)</i></p> <p>5.1 Загальна характеристика, склад та класифікація витрат. 5.2 Система управління витратами. 5.3 Основні елементи витрат підприємств туристичного бізнесу.</p>	4	<p><i>Практичне заняття 7-8. Витрати туроператорів, що утворюють собівартість туристичного продукту. Витрати з реалізації туристичного продукту турагентами.</i></p> <p><i>Практичне заняття 9. Методика розрахунку собівартості продукції (послуг) підприємств туристичного бізнесу.</i></p>	6	Осн.: 1-24. Дод.: 25-51.
<p><i>Тема 6. Особливості обліку і калькуляції собівартості продукції (послуг) підприємств туристичного бізнесу</i></p> <p>6.1 Склад статей витрат, що включаються до калькуляції собівартості туристичного продукту. 6.2 Калькулювання і його місце в економічних розрахунках. Кошторис підприємства і собівартість продукції (послуг). 6.3 Економічне обґрунтування ефективності виробництва туристичної продукції (послуг). 6.4 Напрями зниження собівартості туристичної продукції (послуг).</p>	4	<p><i>Практичне заняття 10-11. Калькулювання і його місце в економічних розрахунках.</i></p> <p><i>Практичне заняття 12. Методика обґрунтування ефективності виробництва туристичної продукції (послуг).</i></p>	6	Осн.: 1-24. Дод.: 35-48.
<p><i>Тема 7. Формування цін на туристичну продукцію (послуги)</i></p> <p>7.1 Характер і цінова чутливість попиту. 7.2 Методи визначення реакції споживачів на ціну. 7.3 Моделі формування ціни на комплекс туристичних послуг. 7.4 Напрями диференціації цін та знижки.</p>	2	<p><i>Практичне заняття 13. Методи визначення реакції споживачів на ціну.</i></p> <p><i>Практичне заняття 14-15. Моделі формування ціни на туристичний продукт (послуг).</i></p>	6	Осн.: 1-24. Дод.: 33-42.
Разом	18		30	

САМОСТІЙНА РОБОТА

Таблиця 7. Технологічна карта самостійної роботи студента з навчальної дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі» для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»

Назва розділу модуля, теми з якої виносяться питання на самостійне опрацювання	Перелік питань, що вивчаються студентом самостійно	Література (порядковий номер за переліком)	Засоби контролю знань
<i>Модуль 1. Економічні засади ціноутворення в сучасних умовах господарювання</i>			
Тема 1. Економічна сутність та функції ціни	1. Економічна теорія і можливості її використання у практиці ціноутворення. 2. Концепція попиту і практика бізнесу. 3. Цілі підприємства і їх відображення у політиці ціноутворення. 4. Корисність товару як чинник формування ціни.	Осн.: 1-24. Дод.: 29-52.	О, Р, Т
Тема 2. Державне регулювання цін в Україні	1. Правове регулювання ціноутворення. 2. Державні органи, які здійснюють контроль за дотриманням законодавства про ціноутворення в Україні. 3. Податки, що включають у ціну. 4. Моніторинг цін. 5. Вплив державного регулювання цін на економічні процеси.	Осн.: 1-24. Дод.: 25-50.	О, Р, Т
Тема 3. Система цін в економіці України	1. Залежність цін від типу ринку. 2. Методи витратного ціноутворення. 3. Розрахунок цін на засадах рентабельності.	Осн.: 1-24. Дод.: 28-44.	О, Р, Т
Тема 4. Механізм ринкового ціноутворення в туристичному бізнесі	1. Класифікація витрат у калькуляційних розрахунках. 2. Види собівартості. 3. Залежність витрат від обсягу виробництва.	Осн.: 1-24. Дод.: 25-52.	О, Р, Т
<i>Модуль 2. Особливості ціноутворення у туристичному бізнесі</i>			
Тема 5. Склад і структура витрат на формування та реалізацію туристичного продукту (послуг)	1. Структура вартості туристичного обслуговування та ціни туристичного продукту. 2. Маржинальний дохід, прибутковість, рентабельність	Осн.: 1-24. Дод.: 25-52.	О, Р, Т
Тема 6. Особливості обліку і калькуляції собівартості продукції (послуг) підприємств туристичного бізнесу	1. Залежність загальних витрат і собівартості одиниці продукції від обсягу виробництва: динаміка витрат, чинники впливу. 2. Методика експрес-аналізу за системою «витрати – обсяг продукції – прибуток».	Осн.: 1-24. Дод.: 25-52.	О, Р, Т
Тема 7. Формування цін на туристичну продукцію (послуги)	1. Формування внутрішньої для підприємства системи цін на продукцію окремих підрозділів (трансфертні ціни). 2. Обґрунтування вибору методу встановлення ціни товару (послуги).	Осн.: 1-24. Дод.: 45-50.	О, Р, Т

Умовні позначення:

О – опитування

Р – реферативне конспектування

Т – тестування

ІНДИВІДУАЛЬНО-КОНСУЛЬТАТИВНА РОБОТА

Таблиця 8. Графік проведення індивідуально-консультативної роботи з навчальної дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі» для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»

семестр 8

навчальний рік 201__-201__

кафедра туристичного та готельного бізнесу

викладач к.е.н. Карпенко Ю. В.

№ з/п	Форми ІКР	Навчальні тижні, дата, час та місце проведення, годин																Кількість годин
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
1	Індивідуальні заняття	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	1	-	-	-	3
2	Консультації	-	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	3
3	Перевірка виконання індивідуальних завдань	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-	2
4	Перевірка та захист завдань, що віднесені на поточний контроль	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	2
5	Разом	-	-	-	-	-	1	2	1	1	1	2	1	1	-	-	-	10

МЕТОДИКИ АКТИВІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ НАВЧАННЯ

1. Проблемні лекції (теми).
2. Міні-лекції (теми).
3. Робота у малих групах.
4. Мозкові атаки.
5. Кейс-методи.
6. Презентації.
7. Семінари-дискусії.
8. Наукові дебати.

СИСТЕМА ПОТОЧНОГО І ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

з навчальної дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі» для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»

Об'єктами контролю є: робота студентів на практичних заняттях та виконаних індивідуальних завдань. Контрольні заходи здійснюються науково-педагогічними працівниками і включають поточний і підсумковий контроль.

Поточний контроль здійснюється при проведенні практичних та індивідуальних занять і має на меті перевірку рівня засвоєння студентом навчального матеріалу дисципліни. Під час проведення практичних занять застосовуються такі методи контролю, як усне та письмове опитування студентів з питань, визначених планом занять, дискусійне обговорення проблемних питань з теми заняття, письмове складання студентами тестів. При проведенні практичних занять – контроль здійснюється при розв'язуванні окремими студентами біля дошки та «малими групами» комплексу практичних задач і проблемних ситуацій. Поточний контроль, який

застосовується під час індивідуально-консультативних занять, здійснюється за допомогою відповідних тестів в усній або письмовій формі.

Підсумковий модульний контроль (ПМК) містить теоретичне питання та практичне завдання. Явка на підсумковий модульний контроль (ПМК) є для студента обов'язковою.

Таблиця 10. Шкала оцінювання знань студентів за результатами підсумкового контролю з навчальної дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі» для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм» (з набору 2012 р.)

Сума балів за усі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ECTS	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	5 (Відмінно)
82-89	B	4 (Дуже добре)
74-81	C	4 (Добре)
64-73	D	3 (Задовільно)
60-63	E	3 (Задовільно достатньо)
35-59	FX	2 (Незадовільно з можливістю повторного складання)
0-34	F	2 (Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни)

Якщо студент отримав підсумкову оцінку «FX», то він має право перездати екзамен (скласти залік) протягом поточної сесії чи перших 10 навчальних днів нового семестру.

Якщо студент отримав підсумкову оцінку «FX», і не скористався можливістю перездачі, він не допускається до вивчення нових дисциплін та відраховується з університету.

Оцінка «F» виставляється у разі відсутності студента з будь-яких причин під час проведення атестації або неможливості атестувати його через об'єктивні чинники: відсутність на заняттях, відсутність на модульній контрольній роботі, відмову від подання самостійної роботи у зазначені терміни, відсутність на екзамені. При виставленні студентові оцінки «F» за одним з модулів через пропущені заняття чи модульну контрольну роботу з поважних причин і за наявності у студента бажання отримати вищу оцінку деканат має право, у разі подання студентом необхідних документів, дозволити перескладання модуля.

Якщо студент отримав підсумкову оцінку «F», то він не допускається до вивчення нових дисциплін без укладання з університетом контракту про повторне вивчення курсу. Комісію для повторного перескладання призначає декан факультету відповідним розпорядженням.

Таблиця 11. Розподіл балів, що отримують студенти за результатами вивчення навчальної дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі» Напрямок підготовки 6.140103 «Туризм». Курс 4

Назва модуля, теми	Вид навчальної роботи	Бали
<i>Модуль 1. Економічні засади ціноутворення в сучасних умовах господарювання</i>		
Тема 1. Економічна сутність та функції ціни	1. Відвідування лекції (2 год.)	2
	2. Відвідування практичного заняття (2 год.)	-
	3. Правильна відповідь при опитуванні або вірне виконання навчального завдання	-
	4. Виконання індивідуальних завдань	-
	Разом	2
Тема 2. Державне регулювання цін в Україні	1. Відвідування лекції (2 год.)	2
	2. Відвідування практичного заняття (4 год.)	2
	3. Правильна відповідь при опитуванні або вірне виконання навчального завдання	4
	4. Виконання індивідуальних завдань	-
	Разом	8
Тема 3. Система цін в економіці України	1. Відвідування лекції (2 год.)	2
	2. Відвідування практичного заняття (4 год.)	2
	3. Правильна відповідь при опитуванні або вірне виконання навчального завдання	4
	4. Виконання індивідуальних завдань	1
	Разом	9
Тема 4. Механізм ринкового ціноутворення в туристичному бізнесі	1. Відвідування лекції (2 год.)	2
	2. Відвідування практичного заняття (4 год.)	2
	3. Правильна відповідь при опитуванні або вірне виконання навчального завдання	4
	4. Виконання індивідуальних завдань	1
	Разом	9
Модульна контрольна робота 1		15
<i>Модуль 2. Особливості ціноутворення у туристичному бізнесі</i>		
Тема 5. Склад і структура витрат на формування та реалізацію туристичного продукту (послуг)	1. Відвідування лекції (4 год.)	4
	2. Відвідування практичного заняття (6 год.)	3
	3. Правильна відповідь при опитуванні або вірне виконання навчального завдання	6
	4. Виконання індивідуальних завдань	1
	Разом	14
Тема 6. Особливості обліку і калькуляції собівартості продукції (послуг) підприємств туристичного бізнесу	1. Відвідування лекції (4 год.)	4
	2. Відвідування практичного заняття (6 год.)	3
	3. Правильна відповідь при опитуванні або вірне виконання навчального завдання	6
	4. Виконання індивідуальних завдань	1
	Разом	14

Назва модуля, теми	Вид навчальної роботи	Бали
Тема 7. Формування цін на туристичну продукцію (послуги)	1. Відвідування лекції (4 год.)	4
	2. Відвідування практичного заняття (6 год.)	3
	3. Правильна відповідь при опитуванні або вірне виконання навчального завдання	6
	4. Виконання індивідуальних завдань	1
	Разом	14
Модульна контрольна робота 2		15
Разом		100

Таблиця 12. Система нарахування балів за видами навчальної роботи

Форма роботи	Вид роботи	Бали
1. Аудиторна		
1.1 Лекція	Відвідування лекцій (2 год.)	2
1.2 Практичне заняття	Відвідування практичного заняття (2 год.)	1
	Правильна відповідь при опитуванні або вірне виконання навчального завдання	2
1.3 Самостійна та індивідуально-консультативна робота	Виконання індивідуальних завдань	1
3. Підсумковий модуль	Модульна контрольна робота	15

Таблиця 13. Система нарахування додаткових балів за видами робіт з вивчення навчальної дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі» для студентів напрямку підготовки 6.140103 «Туризм»

Форма роботи	Вид роботи	Бали
1. Навчальна	1. Участь у предметних олімпіадах: університетських, міжвузівських, всеукраїнських, міжнародних	5
	2. Участь у конкурсах на кращого знавця дисципліни	5
	3. Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань підвищеної складності	5
2. Науково-дослідна	1. Участь у наукових гуртках	5
	2. Участь у наукових студентських клубах	5
	3. Участь у конкурсах студентських робіт: університетських, міжвузівських, всеукраїнських, міжнародних	5
3. Інші		–
Разом		*

*Максимальна кількість додаткових балів – 30

**Перелік питань з підготовки до поточного модульного контролю
з навчальної дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі»
для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»**

Модуль 1. Економічні засади ціноутворення в сучасних умовах господарювання

1. Соціально-економічне значення ціни.
2. Склад і структура ціни.
3. Собівартість ціни продукції, її складові та особливості формування в туристичному бізнесі.
4. Прибуток як частина і елемент ціни продукції, методика його визначення.
5. Класифікація цін.
6. Класифікація чинників ціноутворення і методи їх аналізу.
7. Макро- і мікроекономічне середовище формування ціни.
8. Мета і методи державного регулювання цін.
9. Трудова теорія походження ціни
10. Ціннісна теорія ціни.
11. Мікроекономічна теорія ціни.
12. Витратне ціноутворення.
13. Ринкові методи ціноутворення.
14. Цінова еластичність попиту і чинники, що її визначають.
15. Взаємодія ціни, попиту і пропозиції. Ціна ринкової рівноваги.
16. Методи ціноутворення, що базуються на попиті та якості продукції.
17. Методи непрямого розрахунку цін.
18. Параметричні методи ціноутворення.
19. Методи визначення цін з орієнтацією на конкуренцію.
20. Методи ціноутворення з орієнтацією на максимальний прибуток.
21. Цінова стратегія підприємства.
22. Сутність цінової політики підприємства.
23. Чинники, що впливають на формування цінової політики.
24. Принципи формування цінової політики.
25. Етапи розробки цінової політики на підприємстві.
26. Стратегії ціноутворення, їх залежність від типу ринку і цілей підприємства.
27. Агресивна цінова стратегія.
28. Стратегія «послідовника лідера».
29. Стратегія «виживання».
30. Стратегія гнучких цін.
31. Стратегія цін у середині життєвого циклу продукту.
32. Стратегія ціноутворення на основі психологічного сприйняття цін.
33. Зв'язок цінової стратегії з ціновою політикою конкурентів.
34. Цінові знижки: сутність та види.
35. Податки, які включають до складу ціни.
36. Особливості цінової політики підприємств-монополістів.
37. Сутність цінової політики на туристичних підприємствах.
38. Взаємозв'язок ціни й оподаткування.
39. Вплив інфляції на ціноутворення, страхування інфляційних ризиків.
40. Диференціювання цін, його мета.
41. Регіональне диференціювання цін.

Модуль 2. Особливості ціноутворення у туристичному бізнесі

42. Сутність витрат виробництва туристичного продукту (послуги).
43. Аналіз витрат підприємств туристичного бізнесу.
44. Склад і структура витрат формування та реалізації туристичного продукту (послуг).
45. Управління витратами виробництва туристичного продукту.
46. Доходи і витрати в туристичному бізнесі.
47. Маржинальний дохід, прибутковість і рентабельність туристичних підприємств.
48. Собівартість туристичного продукту (послуги).
49. Облік і калькуляція собівартості продукції (послуг) підприємств туристичного бізнесу.
50. Групування і включення витрат до собівартості туристичного продукту (послуги).
51. Особливості організації обліку витрат за системою «директ-костінг».
52. Економічне обґрунтування ефективності виробництва туристичного продукту (послуги).
53. Зовнішні чинники, які впливають на формування ціни туристичного продукту (послуги).
54. Внутрішні чинники, які впливають на формування ціни туристичного продукту (послуги).
55. Методи ціноутворення на туристичних підприємствах.
56. Механізм ринкового ціноутворення в туристичному бізнесі.
57. Види цін на туристичні продукти (послуги).
58. Структура ціни туристичного продукту (послуги).
59. Розрахунок ціни туристичного продукту (послуги).
60. Практичні аспекти формування цін на комплексне обслуговування в туристичному бізнесі.

ЗРАЗОК МОДУЛЬНОГО ЗАВДАННЯ

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
 «ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
 Кафедра туристичного та готельного бізнесу

Модульна контрольна робота № __
 з дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі» для студентів за напрямом
 підготовки 6.140103 «Туризм»

Варіант № __

1. Сутність витрат виробництва туристичного продукту (послуги).
2. Туроператор «Світ-тур» отримав додаткове замовлення понад реалізованих 500 одиниць туристичної продукції (послуг). Постійні витрати у розмірі 1000 тис. грн. відшкоднуються у ціні реалізованої продукції, відпускна ціна (без податків, що включаються у ціну) яких 500 грн. за одиницю. Збільшення обсягу виробництва не вимагає підвищення постійних витрат.

Визначити ціну туристичної продукції у додатковому замовленні, використовуючи метод прямих витрат.

Провідний лектор _____

Навчально-методичне забезпечення з навчальної дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі» для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»

Навчально-методичне забезпечення дисципліни включає:

- 1) навчальну програму;
- 2) робочу навчальну програму;
- 3) навчально-методичний посібник для самостійного вивчення навчальної дисципліни;
- 4) навчальні завдання для практичних занять;
- 5) завдання для самостійної роботи та методичні рекомендації до їх виконання;
- 6) завдання для контрольних робіт та методичні рекомендації до їх виконання для студентів заочної форми навчання;
- 7) пакети комплексних контрольних завдань (робіт) та критерії їх оцінювання;
- 8) модульний контроль (поточні модульні роботи);
- 9) пакети тестів для студентів денної та заочної форм навчання;
- 10) питання для підготовки до ПМК (заліку)
- 11) тематику науково-дослідної роботи студентів;
- 12) інші авторські видання викладачів кафедри знавчальної дисципліни.

Перелік основної та додаткової навчально-методичної літератури з навчальної дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі» для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»

Основна навчально-методична література

1. Господарський Кодекс України: Кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
2. Податковий Кодекс України: Кодекс України від 2.12.2010 р. № 2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
3. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
4. Про внесення змін до деяких законів України (щодо особливостей оподаткування турпослуг): Закон України від 03.06.2005 р. № 2642-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
5. Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб підприємців: Закон України від 15.05.2003 р. № 755-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
6. Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення: Закон України від 24.02.1994 р. № 4004-XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
7. Про захист від недобросовісної конкуренції: Закон України від 07.06.1996 р. № 236/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
8. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11.01.2001 р. № 2210-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
9. Про туризм: Закон України від 18.11.2003 р. № 1282-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
10. Про ціни і ціноутворення: Закон України від 03.12.1990 р. № 507-XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
11. 35 положень (стандартів) бухгалтерського обліку: збірник офіційних текстів законів станом на 1 лютого 2012 р. / Упоряд. Ю. І. Руснак – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 258 с.
12. Методичні рекомендації щодо формування собівартості продукції (робіт, послуг) у промисловості: Наказ Міністерства промислової політики України від 09.07.2007 р. № 373 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
13. Положення про державне регулювання цін (товарів) на продукцію виробничо-технічного призначення, товари народного споживання, товари та послуги монопольних утворень: Постанова Кабінету Міністрів України від 22.02.1995 р. № 135 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
14. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення: ДСТУ 4527-2006 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.normativ.com.ua>.
15. Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги: ДСТУ 4268-2003 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.normativ.com.ua>.
16. Послуги туристичні. Класифікація готелів: ДСТУ 4269-2003 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.normativ.com.ua>.
17. Про затвердження Ліцензійних умов провадження туроператорської та турагентської діяльності: Наказ Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва, Міністерства культури і туризму України від 11.09.2007 р. № 111/55 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
18. Про затвердження Методики розрахунку обсягів туристичної діяльності: Наказ Державної туристичної адміністрації України від 12.11.2003 р. № 142/394 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
19. Про затвердження Порядку контролю за додержанням ліцензійних умов провадження господарської діяльності з організації іноземного, внутрішнього, зарубіжного туризму, екскурсійної діяльності: Наказ Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва, Державної туристичної адміністрації України від 14.11.2002 р. № 121/83 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.

20. Про затвердження форм державної статистичної звітності з питань туризму та інструкцій щодо їх заповнення: Наказ Державного комітету статистики України від 04.03.1998 р. № 96 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
21. Про удосконалення порядку формування цін: Постанова Кабінету Міністрів України від 18.12.1998 р. № 1998 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
22. Агеев Є. Я. Ціноутворення теорія та практикум: навчальний посібник / Є. Я. Агеев, Т. В. Шахматова, С. В. Піча. – Львів: Новий світ 2000, 2012. – 374 с.
23. Березін О.В. Управління ціноутворенням: навчальний посібник / О. В. Березін, Ю. В. Карпенко. – Суми: Університетська книга, 2012. – 176 с.
24. Березін О. В. Ціноутворення в туристичному бізнесі: навчальний посібник / О. В. Березін, Ю. В. Карпенко. – Суми: Університетська книга, 2014. – 168 с.

Додаткова навчально-методична література

25. Биржаков М. Б. Индустрия туризма: перевозки / М. Б. Биржаков, В. И. Никифоров. – 3-изд., перераб. и доп. – СПб. : Издательский дом Герда, 2007. – 527 с.
26. Гаврилюк С. П. Конкурентноспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу: навчальний посібник / С. П. Гаврилюк. – К. : Центр навчальної літератури, 2007. – 179 с.
27. Герасименко В. В. Управление ценовой политикой компании: учебник / В. В. Герасименко. – М. : Эксмо-Пресс, 2007. – 688 с.
28. Герасименко В. В. Ценовая политика фирмы: учебное пособие / В. В. Герасименко. – М. : Эксмо-Пресс, 2007. – 352 с.
29. Герасименко В. В. Ценообразование: учебное пособие / В. В. Герасименко. – М. : ИНФРА-М, 2011. – 422 с.
30. Дайновська С. М. Ціноутворення: підручник / С. М. Дайновська. – К. : КНТЕУ, 2009. – 320 с.
31. Здоров А. Б. Экономика туризма: учебник. / А. Б. Здоров. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 272 с.
32. Карпенко Ю. В. Особливості ціноутворення на підприємствах туристичної індустрії та готельного бізнесу в Україні / Ю. В. Карпенко // Актуальні проблеми та перспективи розвитку економіки України: Матеріали IV міжнародної науково-практичної конференції, 19-20 травня 2011 р. – Луцьк: ВІЕМ, 2011. – С. 367-369.
33. Карпенко Ю. В. Сучасні аспекти ціноутворення на підприємствах туристичної індустрії та готельного бізнесу / Ю. В. Карпенко // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. – 2011. – Вип. II. (42) Ч. 2. Т. 2. Економічні науки. – С. 377-382.
34. Карпенко Ю. В. Шляхи удосконалення державного регулювання цін в Україні / Ю. В. Карпенко // Соціально-економічна політика держави в умовах трансформаційних змін: макро- та мікроекономічні аспекти: Матеріали міжнар. наук.-практ. конф., 12 квітня 2011 р. – Полтава: РВВ ПДАА, 2011. – С. 11-12.
35. Ковальчук С. В. Маркетингова цінова політика: навч. посібник / С. В. Ковальчук, І. В. Гвоздецька, С. М. Синиця. – Львів: Новий світ 2000, 2011. – 352 с.
36. Корінев В. Л. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник / В. Л. Корінев, М. Х. Корецький, О. І. Дацій. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 200 с.
37. Кудла Н. Є. Маркетинг туристичних послуг: навчальний посібник / Н. Є. Кудла. – К. : Знання, 2011. – 351 с.
38. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення: навчальний посібник / О. Є. Мазур. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 480 с.
39. Мальська М. П. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія і практика: навчальний посібник / М. П. Мальська, О. Ю. Бордун. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 248 с.
40. Мельник Л. Г. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник / Л. Г. Мельник, А. В. Старченко, О. І. Карінцева. – Суми: Університетська книга, 2007. – 240 с.

41. Окландер М. А. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник / М. А. Окландер, О. П. Чукурна.– К. : Центр учбової літератури, 2012. – 240 с.
42. Основи ціноутворення: навч. посіб. / Н. І. Верхоглядова, С. Б. Ільїна, Н. А. Іваннікова, Я. Я. Слабко [та ін.]. – К. : Кондор, 2007. – 252 с.
43. Петренко О. Про ціноутворення в умовах монополістичного ринку / О. Петренко // Економіка України. – 2010. – № 3. – С. 36- 43.
44. Пінішко В. С. Ціно- і тарифоутворення: навч. посіб. / В. С. Пінішко. – Львів: Магнолія 2006, 2009 . – 303 с.
45. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: навчальний посібник / П. Р. Пуцентейло. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 300 с.
46. Тарасевич В. М. Ценовая политика предприятия: учебник / В. М. Тарасевич. – СПб. : Питер, 2010. – 320 с.
47. Холловой Дж. К. Туристический маркетинг: пер. с 4-ого англ. изд. / Дж. К. Холловой. – К. : Знання, 2008. – 575 с.
48. Холловой Дж. К. Туристичний бізнес: пер. з 7-ого англ. вид. / Дж. К. Холловой, Н. М. Тейлор. – К. : Знання, 2007. – 798 с.
49. Ціноутворення в умовах ринку: навчальний посібник / Ю. І. Літвінов, Л. А. Останкова, Т. М. Літвінова [та ін.]. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 400 с.
50. Черевичко Т. В. Экономика туризма: учебное пособие / Т. В. Черевичко. – М. : Дашков и К, 2012. – 264 с.
51. Школа І. М. Менеджмент туризму: підручник / І. М. Школа, О. П. Корольчук. – Чернівці: Книги-XXI, 2011. – 464 с.
52. Яковлев Г. А. Экономика и статистика туризма: учебное пособие/ Г. А. Яковлев. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : РДЛ, 2007. – 480 с.

**Програмне забезпечення комп'ютерної підтримки навчального процесу з
навчальної дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі» для студентів
напряму підготовки 6.140103 «Туризм»**

Програмне забезпечення комп'ютерної підтримки навчального процесу з навчальної дисципліни «Ціноутворення в туристичному бізнесі» включає:

MS Power Point (для підготовки комплекта мультимедійних презентацій для проведення лекцій з кожної теми дисципліни).