

Міністерство освіти і науки України
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя
Стефаника»
Факультет туризму

EUROPEAN CREDIT TRANSFER SYSTEM

ECTS – ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПАКЕТ

Галузь знань – 24 «Сфера обслуговування»
Спеціальність - 242 «Туризмознавство (за видами)»

**Організаційна структура
Факультету туризму ДВНЗ «Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника»:**

1. Адреса факультету туризму:

вул. Галицька 201 б, м. Івано-Франківськ, 76008, Україна.

Телефони:

Деканат: (80342) 77-88-21; Факс: 77-88-21

Контактна інформація:

E-mail: insttur@pu.if.ua

itim@pu.if.ua

it-pnu@ukr.net

Склад керівних органів інституту:

Декан факультету туризму:

Володимир Степанович Великочий,
доктор історичних наук, професор

Заступник декана:

Чорна Любов Василівна,
кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри туризмознавства і краєзнавства.

Заступник декана з наукової роботи:

Шикеринець Василь Васильович,
кандидат наук з державного управління,
завідувач кафедри організації туризму та
управління соціокультурною діяльністю.

Організатор з виховної роботи:

Польова Леся Василівна,
кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри готельно-
ресторанної та курортної справи.

2. Кафедри факультету туризму:

1.Кафедра організації туризму та управління соціокультурною діяльністю

Склад кафедри:

1. Шикеринець Василь Васильович
2. Орлова Віра Василівна
3. Оришко Світлана Петрівна
4. Дутчак Олена Іванівна
5. Маланюк Тарас Зіновійович

2. Кафедра готельно-ресторанної та курортної справи

Склад кафедри:

1. Клапчук Володимир Михайлович
2. Польова Леся Василівна
3. Мендела Ірина Ярославівна
4. Новосьолов Олександр Васильович
5. Лояк Лілія Миколаївна
6. Загнибіда Раїса Павлівна
7. Котенко Руслан Михайлович
8. Котенко Галина Степанівна
9. Богославець Ігор Михайлович
10. Андрухів Ярослав Миколайович

3.Кафедра іноземних мов і країнознавства

Склад кафедри:

1. Угринюк Ваисль Миколайович
2. Приймак Лілія Богданівна
3. Чаграк Наталія Ігорівна
4. Познанський Роман Васильович

5. Поздняков Олександр Вікторович
6. Вовчок Ярослав Васильович
7. Савчук Надія Іванівна
8. Гритчук Галина Василівна
9. Чорна Маріанна Михайлівна
10. Копчак Лілія Василівна
11. Прокопчук Ольга Ігорівна

4. Випускова кафедра факультету туризму, яка забезпечує підготовку фахівців за спеціальністю «Туризм», – це **кафедра туризмознавства і краєзнавства**.

Адреса кафедри туризмознавства і краєзнавства факультету туризму:
вул. Галицька 201 б, м. Івано-Франківськ, 76008, Україна.

Телефони: Деканат: (80342) 77-88-21; факс: 77-88-21

Контактна інформація:
E-mail: insttur@pu.if.ua

Ухвалою Вченої ради Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника у вересні 2010 р. в Інституті туризму було створено кафедру туризмознавства і туристичних спеціалізацій. Професорсько-викладацький склад нараховував 8 працівників, очолював кафедру проф. Великочий В.С. У листопада 2013 р. кафедру туризмознавства і туристичних спеціалізацій було перейменовано на кафедру туризмознавства і краєзнавства. На даний момент кафедру очолює проф. Калущий І.Ф., кількість штатних працівників налічує 8 викладачів, з яких 1 доктор наук та 6 кандидатів наук.

Якісний склад випускової кафедри туризмознавства і краєзнавства

П.І.Б. викладача	Посада	Коли і який ВНЗ закінчив(а)	Спеціаль- ність	Кваліфі- кація	Науковий ступінь (№ диплома)	Вчене звання (№ атестата)
Калущий Іван Федорович	Завідувач кафедри	1968 р., Львівський лісотехнічний інститут	Лісове та садово- паркове господарств о	Інженер- технолог, інженер лісового господарств а	Доктор сільськог осподарсь ких наук, 2000 р. – ДД № 001047	Професор кафедри екології і рекреації, 2004 р., 02ПР №000241 (від 17.06.2004 р.) Доцент кафедри механізації

					(протокол № від 12-09/2 від 09.02.2000 р.); Кандидат економічних наук, 1984; ЭК №019454 (від 24.07.1985 р.)	лісорозробок, лісового господарства і транспорту лісу, 1991 р., ДЦ №040074 (№8/1416-д від 11.09.1991 р.).
Ковальська Леся Володимирівна	Доцент кафедри	1996 р., Львівський державний університет ім. Івана Франка	Географія	Географ-геоморфолог	Кандидат географічних наук – 2005 р., ДК № 031980 від 15 грудня 2005 р.	Доцент кафедри екології і рекреації, 2010 р., 12 ДЦ 026603
Вичівський Павло Павлович	Викладач кафедри	2008 р. ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»	історія	Історик, викладач	Кандидат історичних наук, 2013 р. ДК №016036 (від 10.10.2013 р.)	—
Чорна Любов Василівна	Доцент кафедри	1983 р. Івано-Франківський державний педагогічний інститут імені Василя Стефаника	Англійська мова	Вчитель англійської та німецької мови	Кандидат педагогічних наук, 2009 р., ДК № 058446 (від 14.04.2010 р.)	Доцент кафедри туризмознавства і туристичних спеціалізацій, 2012 р. 12ДЦ №030494 (№4/02-Д від 17.05.2012 р.)
Філюк Світлана Михайлівна	Доцент кафедри	2003 р., Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка	Педагогіка і методика середньої освіти	Магістр педагогічної освіти, викладач географії	Кандидат географічних наук, 2007 р., ДК №043293 (від 08.11.2007 р.)	Доцент кафедри туризмознавства і туристичних спеціалізацій, 2012 р. 12ДЦ №028464 (ПР №1/01-Д від 10.11.2011 р.)
Гуменюк Галина Михайлівна	Доцент кафедри	1990 р., Львівський державний	Фізична культура і спорт;	Викладач фізичної культури;	Кандидат педагогічних наук,	Доцент кафедри туризму і готельного

		інститут фізичної культури; 1994 р. Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника	педагогіка і методика початкового навчання	вчитель початкових класів	2001 р., ДК №009045 (від 17.01.2001 р.)	господарства, 2004 р., ДЦ №009433 (від 16.12.2004 р.).
Остапук Наталя Іванівна	Викладач кафедри	2007 р. Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника	Менеджмент організації	Менеджер-економіст	Кандидат економічних наук, 2011 р., ДК №000324 (від 10.11.2011 р.)	—

3. Перелік спеціальностей з підготовки фахівців в Інституті туризму із зазначенням ліцензійного обсягу та терміну навчання

ОР «Магістр»

Галузь знань: 24 «Сфера обслуговування»

Спеціальність: «Туризмознавство (за видами)»

Спеціалізація: «Туристичний менеджмент»

Ліцензійний обсяг – 25осіб/рок для денної та і заочної форм навчання

Термін навчання – 1рік і 6 місяців

4. Умови для навчання (коротка інформація про матеріально-технічну базу)

Підготовка фахівців за вищезазначеною спеціальністю здійснюється в приміщенні факультету туризму, яке забезпечує умови для навчання, самостійної та індивідуальної роботи. Площа аудиторного фонду на одного студента не менша 10 кв. м. На факультеті обладнано навчальні аудиторії, діють два комп'ютерні класи, функціонують лабораторії.

5. Основні методи навчання, що використовуються в навчальному процесі, способи оцінювання знань студентів

У процесі викладання курсів професорсько-викладацький склад використовує різні методи та форми навчання: лекції: вступні, тематичні, підсумкові, лекції-практикуми, лекції-диспути тощо, практичні, семінарські заняття (у формі діалогу, тренінгів, ділової гри, конференцій тощо), консультації (колективні, індивідуальні, групові), а також реалізує різні форми поточного та підсумкового контролю (тестування, виконання

Практика студентів є невід’ємною складовою освітньо-професійної програми підготовки фахівців і спрямована на закріплення теоретичних знань, отриманих студентами за час навчання, набуття і удосконалення практичних навичок і умінь, формування та розвиток у студентів професійного вміння приймати самостійні рішення в умовах конкретної професійної ситуації. Навчальним планом підготовки фахівців даного ОР передбачено наступні види практики: у II семестрі – виробничу практику тривалістю 6 тижнів та переддипломну практику тривалістю 2 тижні.

[illegible]

[illegible][illegible]

Практика					Державна атестація	
№ з/п	Назва практики	Кількість тижнів	Кількість годин	Форма контролю	Назва	Семестр
1	Науково-дослідна практика	4	165	залік	Захист дипломної роботи	I

Директор Інституту туризму

(Великочий В.С.)

Дата _____

Начальник навчально-методичного управління

(Чупровська М.Я.)

Дата _____

7. Анотації дисциплін ОР «Магістр»

1. Цикл професійно-орієнтованої гуманітарної та соціально-економічної підготовки (МГЕ)

МГЕ 01. Охорона праці в галузі

1-й рік, 1-й семестр.

Умови та безпека праці, їх стан та поліпшення – самостійна і важлива задача соціальної політики сучасної промислово розвинутої держави. Безпека робіт на виробництві великою мірою залежить від рівня підготовки спеціалістів з правових та організаційних питань охорони праці та уміння реалізації заходів зі створення умов праці, які відповідають сучасним вимогам.

Мета вивчення дисципліни полягає у набутті знань та формуванні у майбутніх фахівці компетенції вирішувати типові завдання професійної діяльності з усвідомленням обов'язку виконання всіх вимог і заходів з

охорони праці забезпечуючи збереження життя, здоров'я і працездатності людини в процесі трудової діяльності.

Завдання вивчення дисципліни полягає у набутті студентами знань та умінь ефективно вирішувати завдання управлінської, виробничо-технологічної, проектно-конструкторської та організаційної діяльності з обов'язковим урахуванням вимог охорони праці.

Засвоївши програму навчальної дисципліни за відповідними напрямками підготовки мають знати: правові та організаційні основи охорони праці, структуру і завдання управління охороною праці на виробництві; основи фізіології, гігієни праці та виробничої санітарії; принципи, методи і засоби контролю параметрів шкідливих і небезпечних виробничих чинників на робочих місцях; основні заходи і засоби захисту працівників від шкідливих і небезпечних виробничих чинників типових для певних видів діяльності; основи пожежної безпеки під час виконання робіт.

Змістові модулі: Правові та організаційні питання охорони праці., основи фізіології, гігієни праці та виробничої санітарії.

Викладацький склад: к. н. з держ. упр., доц. Шикеринець В. В.

1 семестр, екзамен

МГЕ 02. Методологія і організація наукового дослідження

1-й рік, 1 семестр

Предметом вивчення навчальної дисципліни є організаційні та методологічні аспекти наукового дослідження.

Метою викладання навчальної дисципліни "Методологія та організація наукового дослідження" є вивчення широкого кола методологічних та організаційно-дослідницьких проблем: Методологічні основи наукового дослідження (сутність наукового пізнання; поняття про методологію і методику наукових досліджень; логіка процесу наукового дослідження; типологія методів наукового дослідження). Організаційні аспекти наукової діяльності (організація творчої діяльності дослідника; технологія наукової діяльності; структура наукового дослідження). Організація науково-дослідницької роботи в Україні (організаційна структура науки в Україні; класифікація наук; організація підготовки наукових кадрів; НДРС у вищій школі). Вибір теми наукового дослідження, етапи проведення НДР (поняття наукової проблеми; тема дослідження та її формулювання; визначення предмета та об'єкта дослідження, мета і завдання дослідження; порядок проведення наукового дослідження; етапи НДР). Інформаційне забезпечення наукової роботи (загальна характеристика інформації; наукова евристика; пошук інформації в бібліотеці; комп'ютерні технології пошуку інформації; обробка та інтерпретація інформації). Теорія і практика конкретних соціально-економічних досліджень (поняття, види та етапи проведення конкретно-економічного дослідження; поняття, функції та структура програми соціально-економічного дослідження; методологічний та методичний розділи програми). Впровадження та ефективність наукових досліджень (апробація та оприлюднення результатів наукового дослідження; проблеми

впровадження наукових досліджень; ефективність наукових досліджень). Етичні засади наукової діяльності (організація роботи в науковому колективі; основи гігієни розумової праці; моральна відповідальність вченого).

Змістові модулі: Теоретичні засади наукового дослідження; практичні аспекти організації наукових досліджень.

Викладацький склад: к.і.н., доц. Дутчак О.І.

1 семестр, залік

2. Цикл професійної та практичної підготовки (МПП)

МПП 1.1. Туризмологія

1-й рік навчання, 1-й семестр

Метою дисципліни є узагальнення накопичених знань в період вивчення туризму логічних дисциплін, створення цілісної уяви про туризм як соціальний інститут, як форму природно-суспільного буття та життєдіяльності людини, яка подорожує.

Завданням вивчення туризмології є теоретична та практична підготовка студентів фаху з питань:

- визначення сутності теорії туризму як наукової соціоекономічної та гуманітарної дисципліни;
- розкриття понятійного, категоріального апарату та основних смислових значень туризму;
- систематизація наукових підходів до розуміння феномену туризму, з'ясування генезу та еволюції туризмологічного знання, визначення змісту основних туризмологічних концепцій;
- осмислення структури туризмологічного знання, його системної архітекτονіки, органічної узгодженості всіх частин;
- з'ясування функцій туризмологічного знання, його суспільного «призначення»;
- виявлення діалектики зв'язків між теорією та практикою туристської діяльності.

Змістовні модулі: Психологія та етика туризму. Педагогіка туризму. Праксеологія туризму.

Викладацький склад: к.г.н., доц. Філюк С. М.

1 семестр, екзамен

МПП 1.2. Інноваційні технології в туризмі

1-й рік, 2-й семестр

Предметом вивчення навчальної дисципліни є інновації в технології виробництва туристичних продуктів, менеджменті та маркетингу в туризмі.

Метою навчальної дисципліни "Інноваційні технології в туризмі" є ознайомлення студентів із теоретичними основами інноваційного менеджменту в туризмі, розробки та запровадження інноваційного туристичного продукту, використання інноваційних технологій в процесі

виробництва послуг та обслуговування туристів; застосування нових інформаційних технологій комплектування, просування та продажу турів; формування знань щодо новітніх механізмів та методів управління міжнародними та вітчизняними підприємствами сфери туризму.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Інноваційні технології в туризмі» є:

- застосовувати теоретичні аспекти інноваційного менеджменту в практичній діяльності;
- ознайомити з інноваційними технологіями в сфері туристичних послуг, із спектром новітніх технологій, які використовуються в готельному і ресторанному сервісі, курортній справі і туризмі;
- використовувати продуктові та технологічні інновації в діяльності підприємств;
- розвивати уявлення про арсенал комп'ютерних засобів інформаційного забезпечення інновацій на основі функціональної моделі сучасного програмного забезпечення;
- формувати розуміння взаємозв'язку технології надання послуги з технічними засобами, необхідними для її виконання;
- застосування методів оцінки економічної ефективності інноваційних перетворень.

Змістові модулі: 1. Інноваційні теорії. 2. Інноваційна діяльність в туризмі.

Викладацький склад – к.п.н., доц.Л. В. Чорна

1 семестр, екзамен.

МПП1.3 Управління якістю туристичних послуг

1-й рік, 2-й семестр

Метою викладання навчальної дисципліни “Управління якістю туристичних послуг” є формування системи теоретичних знань із застосування інструментарію управління якістю на підприємствах у сфері туризму, а також набуття практичних навичок оцінки рівня якості виставкових послуг, розроблення та впровадження систем управління якістю, адекватних впливу підприємницького середовища.

Особлива увага приділяється застосуванню теорії та методології управління якістю як засобу досягнення комерційних успіхів підприємства у сфері туризму на основі ефективного використання його потенціалу з орієнтацією на споживача в умовах конкурентного середовища.

Основними завданнями вивчення дисципліни “Управління якістю туристичних послуг” є:

- розгляд теоретичних засад управління якістю, стандартизації та сертифікації послуг у сфері туризму;
- моніторинг якості туристичних послуг;
- вивчення інструментарію управління якістю із врахуванням галузевої специфіки;
- дослідження проблем у галузі якості на підприємствах у сфері

туризму;

- розгляд специфіки, особливостей та технології розроблення і впровадження систем якості на підприємствах у сфері туризму.

Змістові модулі: Управління якістю в діяльності підприємств у сфері туризму, Проведення сертифікації послуг та підприємств у сфері туризму

Викладацький склад: к.е.н., доцент Орлова В. В.

1 семестр, екзамен

МПП 1. 4. Управління проектами

2-й рік, 1-й семестр.

Мета вивчення дисципліни – засвоєння знань та придбання навичок з методології ведення проекту, техніки та інструментарію управління проектами.

Завдання дисципліни: надати студентам систему теоретичних знань і сформувати практичні навички у сфері планування, оцінки, моніторингу та супроводження проектів.

Предмет: методологія управління проектами.

Після вивчення цієї дисципліни: студент повинен вміти: здійснювати обґрунтування проектів; будувати структуру розподілу робіт в проекті; визначати логічну послідовність виконання робіт; складати та контролювати плани виконання робіт; визначати можливі ризики проекту та розробляти заходи по зниженню ризиків;

Студент повинен знати: термінологію управління проектами; основні підходи до створення організаційних структур управління проектами; методи сітьового та календарного планування проектів; методи оцінки ризику проекту; методи планування та забезпечення якості проектів; основні програмні продукти, що використовуються у проектному менеджменті.

Змістові модулі: Методологічні основи управління проектами, Планування проекту, Управління реалізацією проекту.

Викладацький склад: к. н. з держ. упр., доц. Шикеринець В.В.

1 семестр, залік

МПП 1.5. Міжнародний туризм

1-й рік, 2 семестр

Предметом вивчення навчальної дисципліни є особливості організації, розвитку та функціонування міжнародного туризму як окремого суспільного явища.

Мета навчальної дисципліни «Міжнародний туризм» є поглиблення і розширення теоретичних знань про особливості організації, функціонування і перспективи розвитку міжнародного туризму і місця України на його ринку, основи методології вивчення світових туристичних потоків, тенденцій їх формування, набуття студентами практичних професійних компетенцій з організації інституційного регулювання розвитку міжнародного туризму.

Завданнями вивчення дисципліни «Міжнародний туризм» є теоретична та практична підготовка студентів на пряму підготовки «Туризмознавство» з питань:

- ознайомлення з досвідом зарубіжних країн у побудові організаційних структур управління туристичною сферою;
- вивчення діяльності міжнародних туристичних організацій;
- конкретизація підходів до класифікації та сегментування туристичних ринків світу;
- визначення особливостей формування туристичної пропозиції в умовах глобалізації;
- аналіз сучасного стану та перспектив розвитку найважливіших секторів міжнародної індустрії туризму.
- організація статистичного обліку та спеціальних туризмознавчих спостережень;
- формування та уніфікації термінології в сфері міжнародного туризму.

Змістові модулі: Міжнародний туризм як соціокультурний феномен; особливості функціонування основних секторів індустрії міжнародного туризму.

Викладацький склад: к.і.н., доц. Дутчак О.І.

1 семестр, екзамен

МПП. 1.6. Екскурсологія

1– й рік, 1 – й семестр

Предметом вивчення дисципліни є методичні, психологічні та педагогічні аспекти організації екскурсійної діяльності.

Метою навчальної дисципліни «Екскурсологія» є формування спеціальних знань, вмінь і навичок студентів в сфері педагогіки психології, методики та логіки екскурсійного процесу як елементів професійної майстерності екскурсовода.

Завданням вивчення дисципліни «Екскурсологія» є теоретична та практична підготовка студентів професійного спрямування «Туризм» з питань:

- ◆ методології та методики екскурсійної справи;
- ◆ педагогічної техніки екскурсійної роботи;
- ◆ психології екскурсійної діяльності;
- ◆ формування організаторських, комунікативних та аналітичних здібностей екскурсовода.

Змістовий модуль 1. Теоретичні аспекти дисципліни (Екскурсологія як наука, Екскурсійний метод пізнання, Екскурсія як педагогічний процес), Прикладні аспекти дисципліни (Психологія екскурсійної діяльності, Логіка в екскурсії, Шляхи удосконалення екскурсійної методики, Особистість та професійна майстерність екскурсовода).

Викладач – доц. Гуменюк Г.М.

1 семестр, залік

3. Цикл дисциплін самостійного вибору навчального закладу

МВ31. Ринок послуг у туризмі

1– й рік, 2 – й семестр

Предмет вивчення навчальної дисципліни є специфіка формування та механізми функціонування територіальних ринків туристичних послуг різного ієрархічного рівня

Мета: формування у студентів системи теоретичних знань та практичних навичок щодо механізмів та умов функціонування ринку туристичних послуг, аналізу його кон'юнктури, типологізації ринку, його сегментації, маркетинг-менеджменту та брендінгу.

Завданнями дисципліни «Ринок послуг у туризмі» є засвоєння студентами знань теорії і практики функціонування ринку турпослуг, його менеджмент–маркетингу, -а також механізмів державного регулювання та саморегуляції ринку, особливостей інвестиційної діяльності в туризмі та особливостей ціноутворення на ринку туристичних послуг.

Змістові модулі: Теоретико-методологічні основи функціонування ринку тур послуг. Практичні аспекти розвитку туристичного ринку

Викладач: к.е.н., викл. Остап'юк Н.І.

1 семестр, екзамен

МВ32. Конкуренція в туризмі

2– й рік, 1 – й семестр

Метою викладання навчальної дисципліни “Конкуренція в туризмі” є: теоретична та практична підготовка студентів для подальшої активної роботи на туристичних підприємствах в умовах конкуренції, формування у студентів цілісної системи знань та вмінь оцінювання та забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання сфери індустрії туризму, сучасного типу ділового мислення, підприємливості, ініціативності тощо. Це забезпечить надання якісних та конкурентоспроможних туристичних послуг, гарантуватиме відповідний рівень та якість сервісу для вітчизняних та іноземних туристів, найбільш повне задоволення їхніх потреб, високий рівень конкурентоспроможності туристичних послуг на різних сегментах ринку туризму.

Основними завданнями вивчення дисципліни “Конкуренція в туризмі ” є :

- прищеплення знань та практичних навичок використання методів і методик оцінювання конкурентоспроможності туристичного підприємства та окремих його складових – туристичного продукту та персоналу - в практичній діяльності із застосуванням комп'ютерних технологій як інструмента дослідження;

- формування вмінь щодо розробки обґрунтованої стратегії та пропозицій удосконалення механізму управління конкурентоспроможністю і забезпечення конкурентних переваг підприємств в умовах ринкової невизначеності.

Змістові модулі: Теоретичні аспекти конкуренції в туризмі; Забезпечення конкурентоспроможності туристичних підприємств.

Викладацький склад: к.е.н., доц. Орлова В. В.

1 семестр, залік

1. Цикл дисциплін вільного вибору студента

МВС1. Економіка в туризмі та готельно-ресторанній справі

1–й рік, 2–й семестр

Предметом вивчення навчальної дисципліни є закономірності та особливості ведення туристичного бізнесу.

Мета вивчення дисципліни «Економіка в туризмі та готельно-ресторанній справі» – сформулювати систему теоретичних знань та практичних навичок щодо оцінки механізмів та умов функціонування туристичних підприємств з врахуванням впливу зовнішнього середовища, формування ресурсного потенціалу, оптимізації витрат і розробки прогресивних методів впливу на розвиток бізнесу, прийняття управлінських рішень.

Знання з «Економіка в туризмі та готельно-ресторанній справі» необхідні спеціалісту для формування комплексного підходу до планування, організації та аналізу діяльності туристичних підприємств, а також проведення розрахунків витрат та встановлення цін на основі вибраної конкурентної стратегії.

Завдання викладання «Економіки в туризмі та готельно-ресторанній справі» полягають у тому, щоб ознайомити студентів з

- 1) практичними та прикладними аспектами туристичного бізнесу,
- 2) економічними питаннями діяльності туристичного підприємства;
- 3) освоєння певної частки чи ніші ринку;
- 4) диверсифікації бізнесу.

Викладач: к.е.н., викл. Остап'юк Н.І.

1 семестр, залік

МВС2. Міжкультурна комунікація в туризмі

1-й рік, 1-й семестр

Програма вивчення варіативної навчальної дисципліни «Міжкультурна комунікація в туризмі» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки ОКР – «Магістр» спеціальності 8.14010301 «Туризмознавство».

Предметом вивчення навчальної дисципліни є види, типи, форми, моделі міжкультурної комунікації, засоби досягнення ефективної комунікації, проблема розуміння в процесі міжкультурної комунікації.

Метою дисципліни «Міжкультурна комунікація в туризмі» є:

- ознайомлення студентів із закономірностями мислення і поведінки учасників міжкультурної комунікації;

- формування навичок аналізу ситуацій, що виникають у процесі міжкультурної комунікації;
- формування навичок міжкультурної комунікації;
- підготовка студентів до ефективних контактів на рівні повсякденного міжособистісного спілкування, міжкультурної комунікації.

Завдання курсу є:

- ознайомити студентів з теоретичними засадами міжкультурної комунікації;
- розвивати здатність до правильної інтерпретації різноманітних видів комунікативної поведінки;
- сформувати вміння й навички застосування на практиці отриманих знань в конкретній ситуації міжкультурного контакту;
- ознайомити з методами дослідження проблеми міжкультурної комунікації.

Змістові модулі: Теорії міжкультурної взаємодії; Міжкультурна комунікація в туризмі.

Викладацький склад – к.п.н., доц.Л. Чорна

1 семестр, залік.

8. Підготовка фахівців за спеціальністю 8.14010301 «Туризмознавство» з присвоєнням кваліфікації «Магістр з туризмознавства»

Випускник може працювати: фахівцем з управління туристично-рекреаційними системами та інноваційними процесами в туризмі, фахівцем з організаційної, планувальної, консультативної, координаційної діяльності у галузі туризму та виконувати наступні функції: туроператора (розробника турів); турагента; організатора подорожей (екскурсій); фахівця з організації туризму (зеленого, спортивного, освітнього, культурно-пізнавального, спеціалізованого, індивідуального, масового); аніматора (фахівця з туристичної атракції); фахівця з VIP-обслуговування, MICE- туризму; гід-перекладача; організатора конференц-сервісу; менеджера відділу транспортних послуг; провайдера турпродукту; консультанта з туризму в місцевих органах державної влади; фахівця з діловодства в туризмі; фахівця з рекреології; гід-краєзнавця; інструктора з організації відпочинку; менеджера інформаційно-довідкової служби; агента з організації туризму; керівника туристичної групи.

Професійні компетентності: випускник готовий самостійно управляти операційними системами і процесами в сфері туризму, зокрема, формувати, туристичний продукт, використовувати історико-краєзнавчі знання для формування екскурсійного блоку туристичного продукту; здійснювати його просування й реалізацію на споживчому ринку; організовувати споживання (власне здійснення подорожі); організувати дозвілля туриста, складати та реалізовувати анімаційні програми для різних категорій споживачів; вести господарську / підприємницьку діяльність в галузі туризму; проводити аналіз

структури витрат на виробництво турпродукту; здійснювати аналіз прибутку і рентабельності туристичного підприємства; дати оцінку стану та збалансованості туристичного ринку, визначити попит і пропозицію та потреби ринку туристичних послуг, визначити цільову аудиторію, профіль туриста, використовувати засоби комунікаційної політики, будувати імідж підприємства, диверсифікувати туристичну пропозицію та інтенсифікувати тур діяльність.

9. Глосарій

Адаптивні інновації – це реакція на нововведення, здійснені конкурентами, з метою пристосуватися до змін ситуації і забезпечити виживання компанії.

Базисні інновації – це радикальні нововведення, які формуються на основі нових знань про природу матеріального світу.

Інновація-продукт – це нововведення у вигляді принципово нового чи удосконаленого продукту, який просувається у формі товару на ринок.

Інновація-процес – це технічне, виробниче й управлінське вдосконалення, що знижує витрати на виробництво продукту.

Інновація-сервіс пов'язана з обслуговуванням процесів використання продукту за межами підприємства (програмне забезпечення комп'ютерів).

Інновації в туризмі – це системні заходи, цілеспрямовані зміни на різних рівнях індустрії туризму: правовому забезпеченні, способах управління, створенні туристичного продукту, інформаційно-рекламному забезпеченні іміджу країни, що мають якісну новизну і призводять до позитивних рішень, які забезпечують стале функціонування та розвиток галузі.

Інноваційні процеси – це цілеспрямована діяльність по створенню, освоєнню на виробництві та просуванню на ринок продуктових, технологічних та організаційно-управлінських нововведень.

Інноваційна сфера – це частина системи економічних відносин, сукупність галузей національного господарства (приватних та державних структур) і видів суспільної діяльності, які не беруть прямої участі у створенні матеріальних благ, але виробляють особливі споживчі вартості, необхідні для функціонування і розвитку виробництва.

Псевдоінновації – це нововведення, що не приводять до зміни споживчих характеристик продуктів, а імітують їх.

Системні інновації – це радикальні нововведення, які забезпечують появу інших нововведень (приріст інновацій).

Авторське право – право на володіння, користування та розпорядження результатами літературної та художньої творчості (літературні та музичні твори, образотворче мистецтво) та об'єктами науково-технічної сфери (програмне забезпечення, топології інтегральних мікросхем, бази даних).

Бенчмаркінг інновацій – вивчення і аналіз кращих методів ведення бізнесу в інших організаціях з метою виявлення можливостей розробки власних інновацій.

Великі цикли економічної кон'юнктури – відкриті Н. Д. Кондратьєвим. Це цикли науково-технічного прогресу, пов'язані з періодично виникаючою для

суспільства необхідністю адаптуватися до нових ситуацій, викликаних змінами природних, демографічних, екологічних, економічних, геополітичних та інших умов. Кондратьєвські цикли зумовлюють періодичне (1 раз на 45-60 років) оновлення та розбудову господарської системи та матеріальної основи виробництва.

Венчурний капітал (ризиковий капітал) - основна форма фінансового забезпечення створення і впровадження інновацій, капітал, вкладений у проекти, що мають підвищений рівень ризику.

Венчурні організації - організації, що проводять наукові дослідження і розробки, що створюють і впроваджують інновації, в тому числі на замовлення великих комерційних організацій і держави.

Допоміжний рахунок туризму (ЗСТ) - радикальна інновація методу оцінки економічної ефективності туризму як в окремій країні, так і в світовій економіці в цілому. Цей метод заснований на зборі та аналізі величезного числа статистичних даних, які раніше не приймалися до уваги при оцінці вкладу туризму в економіку. Після схвалення Статистичною комісією ООН у 2000 р., є повноцінним статистичним інструментом для оцінки економічного значення туризму. В даний час освоюється багатьма країнами світу.

Глобальні розподільні системи (ГРС) - холдинги, які об'єднують комп'ютерні системи бронювання, в яких беруть участь представники різних сфер бізнесу. ГРС мають прямий доступ в режимі реального часу до баз даних авіакомпаній, залізниць, судноплавних компаній, готельних ланцюгів, туристських фірм, туристських центрів, компаній з прокату автомашин.
Державна інноваційна політика - діяльність, пов'язана з формуванням органами державної влади стратегічних цілей розвитку інноваційних процесів в країні, механізмів підтримки пріоритетних інноваційних програм і створенням сприятливого економічного, правового та соціального клімату для впровадження інновацій.

Грант - вид субсидії; надається організацією або приватною особою (як правило, у результаті конкурсного відбору) для здійснення конкретних проектів у галузі науки, культури та освіти.

Диверсифікація -різнобічний розвиток господарської діяльності (розширення номенклатури продукції, видів послуг, послуг тощо), а також впровадження в нові сфери діяльності, що знаходяться за межами основного бізнесу.

Динамічне моделювання бізнесу - процес, який є інструментом управління знаннями, дозволяє поглибити розуміння динаміки подій, що відбуваються на інноваційній арені, базуючись на аналізі бізнес-процесів, позиції компанії на ринку і можливостей персоналу. Динамічне моделювання бізнесу полегшує формування загальної моделі інноваційного процесу.

Життєвий цикл інновацій - період часу від моменту впровадження нововведення у виробництво до його повсюдного поширення. Цикл включає фази впровадження, комерціалізації і дифузії, рутинізацією (стабільної реалізації нововведень) і перетворення в традиційний продукт.

Інновації в туризмі - результат дій, спрямованих на створення нового або зміну існуючого туристського продукту, освоєння нових ринків, використання передових інформаційних і телекомунікаційних технологій, вдосконалення надання туристських, транспортних і готельних послуг, створення стратегічних альянсів для здійснення туристського бізнесу, впровадження сучасних форм організаційно-управлінської діяльності туристських підприємств.

Інноваційна діяльність - комплекс наукових, технологічних, організаційних, фінансових, комерційних заходів, які призводять до інновацій. Діяльність є інноваційною, якщо в неї привносяться нові знання, технології, прийоми, підходи для отримання результату, який широко затребуваний в суспільстві. Інноваційну діяльність підприємства можна визначити як спільну роботу всіх працівників, спрямовану на створення і впровадження нововведень. Інноваційна діяльність носить системний характер, систему утворюють суспільство і суб'єкти інноваційної діяльності.

Інноваційна інфраструктура - сукупність організацій (наукові містечка, особливі економічні зони, спеціальні фінансові структури, технопарки і тому подібні організації), що сприяють здійсненню інноваційної діяльності

Інноваційна політика - комплекс заходів, спрямованих на розвиток інноваційної діяльності, на формулювання конкретних цілей розробки і впровадження інновацій, основний напрямок стратегічного планування.

Інноваційна стратегія - визначення найбільш ефективних шляхів розвитку, системи відбору і реалізації нововведень, що базується на довгостроковому прогнозуванні, обліку внутрішніх і зовнішніх факторів і ресурсних обмеженнях.

Інноваційне підприємництво - вид комерційної діяльності, що характеризується розвиненістю і гнучкістю своєї функціональної структури, широкими адаптаційними можливостями і використанням венчурного (ризикового) капіталу.

Інноваційний процес - сукупність послідовних дій, необхідних для перетворення ідеї в продукт (товар). Інноваційний процес забезпечує комерціалізацію винаходів, нових видів продуктів, послуг і технологій. рішень виробничого, фінансового, адміністративного або іншого характеру та інших результатів інтелектуальної діяльності. Основною характеристикою інноваційних процесів є нелінійність.

Інноваційний ризик - ризик, пов'язаний з добровільним вкладенням капіталу у створення і реалізацію нових продуктів і технологій з метою одержання надприбутку.

Інноваційний цикл - сукупність всіх етапів діяльності в період від пошуку нових ідей до їх використання, комерціалізації та розповсюдження. Включає дві складові: період створення новації та життєвий цикл інновації. Це обумовлено тим, що інноваційний процес не є лінійним - нововведення може використовуватися для створення інновацій неодноразово, іноді навіть у галузях, не пов'язаних зі сферою появи новації.

Інтелектуальна власність - виняткове право фізичної або юридичної особи на володіння, користування, розпорядження ідеальними об'єктами, вираженими в будь-яких об'єктивних формах, що втілюють науково-технічне, літературне та інше творчість індивідуальних чи колективних суб'єктів.

Інформаційні технології - процеси, які використовують сукупність засобів і методів збору, обробки, зберігання і передачі даних для отримання інформації нової якості про стан об'єкту, процесу або явища. Інформаційні технології носять всепроникаючий характер, сприяють більш ефективній роботі ринків, володіють глобальним характером і прискорюють інноваційні процеси.

Концесійна угода - договір, на підставі якого концесіонер зобов'язується за свій рахунок створити або реконструювати нерухоме майно та здійснювати його експлуатацію (об'єкт концесійної угоди), право власності на яке належить або буде належати концедента. Виключні права на результати інтелектуальної діяльності, отримані концесіонером за свій рахунок при виконанні концесійної угоди, належать концедента, якщо інше не встановлено договором.

Латеральний маркетинг - це процес, який при додатку до існуючих товарів або послуг дає в результаті інноваційні товари або послуги, які задовольняють потреби цільових споживачів або ситуації, не охоплені в даний час.

Науково-дослідницька діяльність - це діяльність, спрямована на одержання і застосування нових знань.

Науково-технічна діяльність - це діяльність, спрямована на одержання і застосування нових знань для вирішення технологічних, інженерних, економічних, соціальних та інших проблем, забезпечення функціонування науки, техніки і виробництва як єдиної системи.

Національна інноваційна система (НІС) - сукупність державних, приватних і громадських структур та механізмів їх взаємодії, в рамках яких здійснюється діяльність по створенню, зберіганню та поширенню нових знань і технологій. Забезпечує об'єднання зусиль державних органів управління всіх рівнів, організацій науково-технічної сфери та підприємницького сектора економіки в інтересах прискореного використання досягнень науки і технологій з метою реалізації стратегічних національних пріоритетів країни.

Національний режим - правове положення, згідно якому на іноземних юридичних та фізичних осіб поширюються всі права та переваги, якими користуються в даній країні юридичні і фізичні особи.

Нелінійні механізми - впливають на непередбачену динаміку інноваційного процесу і визначають загальну поведінку бізнес-системи. До них відносяться: петлі взаємного підсилення; петлі обмеження; механізми запирання; тимчасові затримки; механізми відбору; механізми створення інновацій та внесення до них коректив.

Нововведення (інновація) - результат впровадження досягнень людського розуму (новації) з метою отримання економічного, соціального, екологічного, науково-технічного або іншого виду ефекту, затребуваного суспільством.

Новація - оформлений результат досліджень, розробок чи експериментальних робіт з підвищення ефективності будь-якої сфери діяльності. Новацію оформляються у вигляді: відкриттів; винаходів; патентів; ноу-хау; документації на технологію, управлінські процеси, стандарти, результати маркетингових досліджень і т.п.

Особлива економічна зона - частина території, на якій діє особливий режим підприємницької діяльності. Особливі економічні зони поділяються на: промислово-виробничі, техніко-впроваджувальні і туристично-рекреаційні.

Передача інновації - акт розповсюдження (дифузії) на комерційній або некомерційній основі, в різних формах, різними способами і за різними каналами інновацій.

Період створення новації - включає стадію зародження (виникнення ідеї, усвідомлення можливості інновацій), становлення (розробка ідеї) і освоєння (впровадження у виробництво, експеримент).

Планування інновацій - полягає у розробці основних напрямів і пропорцій інноваційної діяльності відповідно до певних цілей і стратегією розвитку, можливостями ресурсного забезпечення та попитом на ринку. Планування включає в себе розробку заходів і заходів, методи досягнення цілей, забезпечення основи для прийняття управлінських рішень.

Постачання послуги - згідно ГАТС торгівля послугами здійснюється за допомогою їх поставки, яка включає в себе виробництво, розподіл, маркетинг, продаж та доставку послуги.

Підприємництво - ініціативна діяльність в комерційній або адміністративній області незалежно від сфери бізнесу, спрямована на систематичне отримання доходів чи прибутку. Здійснюється підприємцем на свій ризик і під свою майнову відповідальність. Визначається трьома елементами: організаційними діями, ініціюванням змін і грошовим доходом.

Промислова власність - права на винаходи, промислові зразки, корисні моделі, товарні знаки і знаки обслуговування, найменування місць походження товарів, фірмові найменування, конфіденційну інформацію.

Радикальні нововведення - пов'язані з наукою, науковими відкриттями, з появою помітних винаходів, які володіють певною незалежністю від суспільних потреб. Впровадження радикальних нововведень означає розрив з попередніми тенденціями, відкриває нову концепцію (технологічну, економічну, організаційно-управлінську) подальших удосконалень.

Ризик - невизначеність, пов'язана з прийняттям рішень, реалізація яких відбувається тільки з плином часу, і яка може призвести до непередбачуваних результатів у процесі створення та впровадження інновацій.

Угода про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності (ТРИПС) - міжнародно-правовий документ, на основі якого здійснюється правове

регулювання у сфері інтелектуальної власності. Угода базується на діючих міжнародних конвенціях і домовленостях між країнами-членами Світової організації торгівлі, що регулюють захист прав інтелектуальної власності.

Технопарк - форма територіальної інтеграції науки, освіти і виробництва з метою оперативного впровадження науково-технічних розробок. Являє собою об'єднання наукових, конструкторських і виробничих підрозділів в умовах добре оснащеної інформаційної та експериментальної бази і високої концентрації кваліфікованих кадрів.

Товарний знак - зареєстроване у встановленому порядку графічне, літерне або інше позначення, що служить для ідентифікації товарів і послуг, пропонованих однією фірмою від однорідних товарів і послуг інших фірм. Володар товарного знака має виключне право на використання товарного знака чи його варіантів для одних і тих же товарів або продукції. Товарний знак охороняється законом і може бути переданий іншим юридичним особам.

Торгова марка - фірмовий знак, символ для позначення всіх виробів, що випускаються даної фірми. Являє собою графічне зображення, оригінальну назву, особливе поєднання знаків, букв, слів.

Туристські інформаційні системи (ТІС) - нова система бізнесу, яка обслуговує і надає інформаційну підтримку організаціям, які займаються е-туризмом (e-tourism) і е-подорожжями (e-travel). Інформація, отримувана з цих джерел, може служити вихідною точкою для вирішення безлічі завдань, включаючи планування подорожей і зіставлення цін і динамічного створення пакетних турів.

Управління взаємовідносинами з споживачем - становить частину стилю і методу роботи, орієнтованого не на продукт, а на споживача. Включає накопичення детальної інформації про споживачів або контактів з ними. Інформація охоплює соціально-демографічну характеристику, інтереси і вид діяльності, минулі і, можливо, майбутні потреби споживачів. Це дозволяє підвищити ефективність при виконанні заявок; активно залучати найбільш перспективних споживачів, пропонуючи продукти, максимально задовольняють їх запити; створювати фундамент для довгострокових відносин зі споживачами, підтримуючи їх навіть за відсутності угод.

Сталий розвиток туризму - взаємовідносини учасників туристської діяльності, які дозволяють забезпечити оптимальне використання ресурсів навколишнього середовища, повагу до збереження сформованої культурної спадщини та традицій, звичаїв приймаючих спільнот і терпимість до їх сприйняття; довгострокову економічну вигоду для всіх зацікавлених кіл, включаючи постійну зайнятість і можливість отримання доходів та надання соціальних послуг. Принципи стійкості відносяться до охорони навколишнього середовища, економічних і соціально-культурних аспектів розвитку туризму. Норми і практика управління сталим розвитком туризму застосовуються до всіх видів туризму, включаючи масовий туризм і різні ніші туристських сегментів.

Еволюційні нововведення - підпорядковані суспільним потребам; є наслідком ідей і пропозицій, що надходять зі сфери виробництва, збуту, споживання; обмежуються можливостями технологічного потенціалу системи, в рамках якої вони відбуваються.

Економічна ефективність інновацій - відношення економічного ефекту від впровадження інновацій до умовив його витратам.

Економічні реформи - глибока трансформація форм і методів господарювання, управління економікою. Перетворення, проведені в ході економічних реформ, ділять на організаційні, що стосуються організаційно-правових форм управління економікою, господарською діяльністю, і інституційні, пов'язані з методами, правилами, нормами управління власністю, працею, фінансами, соціальною сферою, зовнішньоекономічними зв'язками та іншими економічними інститутами.

Електронний бізнес (е-бізнес) - якісно нові технології роботи компанії, які дозволяють їй досягти конкурентних переваг за рахунок покращення обслуговування клієнтів, зниження витрат, виявлення нових каналів збуту і т.д. Електронний бізнес включає: електронний маркетинг, електронну торгівлю (комерцію), електронне постачання.

Електронна комерція - один з елементів електронного бізнесу, забезпечує продажу і придбання товарів і послуг через електронні канали розподілу.

Електронний маркетинг - використовує Інтернет та інші форми електронного зв'язку для найбільш економічних контактів з цільовими ринками та забезпечення спільної роботи з партнерськими організаціями, які об'єднані спільними інтересами.