

Державний торговельно-економічний університет

*факультет ресторанно-готельного та
туристичного бізнесу*

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПАКЕТ

ЄВРОПЕЙСЬКА КРЕДИТНО-ТРАНСФЕРНА СИСТЕМА (ЕКТС)

Освітній ступінь
Галузь знань
Спеціальність
Освітня програма

магістр
07 Управління та адміністрування
073 Менеджмент
**«Менеджмент і бізнес-адміністрування
у сфері гостинності»**



КИЇВ 2023



МАЗАРАКІ АНАТОЛІЙ АНТОНОВИЧ

Ректор, доктор економічних наук, професор, академік Національної академії педагогічних наук України, заслужений діяч науки і техніки України, лауреат Державної премії України в галузі науки і техніки, лауреат Премії Кабінету Міністрів України за розроблення і впровадження інноваційних технологій, голова наукової секції «Економіка» МОН України, голова редколегій журналів: «SCIENTIA FRUCTUOSA», «Товари та ринки», «Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право», член редколегії журналу «Економіка України»



ЗАВІДУВАЧ КАФЕДРИ

БОЙКО
МАРГАРИТА ГРИГОРІВНА

Доктор економічних наук, професор





ГАРАНТ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

ОХРИМЕНКО
АЛЛА ГРИГОРІВНА

Доктор економічних наук, професор

Місія кафедри: підготовка висококваліфікованих інтелектуально розвинених професіоналів нового покоління, які володіють лідерськими якостями та орієнтовані на успіх, спроможні приймати ефективні управлінські рішення, розвивати сферу гостинності на основі найкращих професійних традицій та світових трендів.

Освітні програми кафедри:

	СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ	БАКАЛАВР		МАГІСТР	
		денна	заочна	денна	заочна
073 МЕНЕДЖМЕНТ	Менеджмент туристичного та готельно-ресторанного бізнесу 	■	■		
	Менеджмент і бізнес-адміністрування у сфері гостинності 			■/A	■
	Лакшері менеджмент і маркетинг			■	■
241 ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА	Готельно-ресторанна справа	■/A	■		
	Міжнародний готельний і ресторанный бізнес			■/A	■
	Готельний і ресторанный девелопмент			■	■

Навчання здійснюється українською та англійською (A) мовами.

Знайомтесь із найпопулярнішою спеціальністю у світі!

Гостинність (Hospitality) – це сфера, до складу якої входять готельний та ресторанний бізнес, індустрія розваг та організації подій різного рівня, індустрія люксових брендів, фінанси, подорожі, туризм, кулінарне мистецтво та ін.

Гостинність – галузь світової економіки, невід'ємна частина світового ринку послуг.

Гостинність – це можливість побудувати міжнародну кар'єру у глобальній сфері:

СФЕРА ГОСТИННОСТІ У ЦИФРАХ

- \$500 млрд. глобальний дохід
- \$277 млн. людей працюють у сфері гостинності, це кожна 11 робота на планеті
- 30% світового ринку послуг
- 284 млн. робочих місць
- 89% випускників у сфері гостинності займають управлінські посади або створюють власні компанії протягом 5 років після закінчення навчання
- 99% випускників програм навчання у сфері гостинності працевлаштовуються
- 73% випускників працюють у сфері туризму, гостинності та ресторанного бізнесу

Особливості освітніх програм у сфері гостинності:

- інноваційна філософія формування змісту професійно-орієнтованих дисциплін;
- можливість навчання англійською мовою та вивчення декількох іноземних мов;
- запровадження дуальної форми навчання;
- вивчення інноваційних цифрових технологій завдяки спеціалізованим ліцензійним програмним продуктам професійного спрямування;
- інтерактивні виїзні практичні заняття;
- залучення до викладання представників та експертів у сфері готельного та ресторанного бізнесу, управління, економіки, маркетингу; проведення майстер-класів та лекцій від професіоналів на постійно діючій онлайн-платформі «FRGTB SAY SPEAKERS»;
- щорічне, оплачуване професійне стажування у світових готельних та ресторанных мережах з отриманням міжнародних сертифікатів;
- набуття практичних навичок ініціювання, обґрунтування та розвитку стартап-проектів у готельному та ресторанному бізнесі.
- можливість подорожувати та комунікувати з цікавими людьми з різних країн; вивчати секрети сервісології провідних шкіл гостинності;
- планувати кар'єрне зростання та професійний розвиток, у т.ч. на міжнародному рівні;
- відкрити власний бізнес;
- стати успішним готельєром або ресторатором.

Партнери освітніх програм – провідні вітчизняні та міжнародні готельні оператори та ресторани мережі:

Готелі міжнародних та українських брендів: Fairmont, Hilton, Holiday Inn Kiev, Hyatt Regency Kyiv, Ibis Kiev City, InterContinental, Radisson Blu, Ramada Encore, «Опера», дизайн-готель «11 Mirrors», апарт-готель «Senator», Premier International, Reikartz Hotel Group.

Готельно-ресторанні комплекси: «Selfish club», «Трипільське Сонце» та ін.

Бази стажування та практики: у міжнародних готельних і ресторанных мережах України, Болгарії, Туреччини, Словаччини, Хорватії, Італії, Франції, ОАЕ та ін.



МЕНЕДЖМЕНТ І БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ

Все управління у кінцевому рахунку зводиться до стимулювання активності інших людей

Лі Якокка

В умовах інтенсифікації економічного розвитку управління є одним з найважливіших професій, а навчання менеджменту та бізнес-адміністрування є основою підготовки керівників-професіоналів.

«Менеджмент і бізнес-адміністрування у сфері гостинності» – це актуальна освітня програма, яка відповідає запитам бізнес-середовища щодо підготовки фахівців, здатних управляти організацією та її розвитком, зокрема відповідно до трендів підприємств сфери гостинності; інноваційною, комерційною, маркетинговою діяльністю, розробляти та реалізовувати стратегії, програми менеджменту і адміністрування у сфері гостинності у мультидисциплінарних контекстах; інтегрувати знання для розв'язку ситуаційних вправ менеджменту та бізнес-адміністрування за наявності неповної або обмеженої інформації.

Метою освітньої програми «Менеджмент і бізнес-адміністрування у сфері гостинності» – підготовка фахівців та професіоналів, здатних ідентифікувати та розв'язувати складні задачі, проблеми у сфері менеджменту і бізнес-адміністрування, а в процесі навчання передбачає проведення досліджень із використанням інновацій, теорій, методів, методик та технологій управління у сфері гостинності, яка характеризуються невизначеністю умов і вимог.

Під час навчання студенти мають можливість проходити практику та стажування за кордоном з отриманням сертифікатів. Інтерактивні виїзні практичні заняття та залучення закордонних науковців і практичних працівників сфери гостинності до навчального процесу формують цілісне уявлення про бізнес-процеси та їх специфіку в режимі реального часу

Особливості освітньої програми:

1. Орієнтованість на світовий досвід. В освітній процес залучаються фахівці-практики, новатори, ресторатори та готельєри, які представляють інтереси передових міжнародних готельних та ресторанных мереж.

2. Дуальність. Процес навчання передбачає проведення професійно-орієнтованих майстер-класів, тренінгів, кейсів у бінарному поєднанні викладання досвідчених практиків та висококваліфікованих викладачів, які дозволяють наростити компетентні можливості для кар'єрного зростання у сфері готелів і ресторанів. При викладанні використовуються інтерактивні методи навчання: ділові та рольові ігри, імітаційні ігри, кейс-стаді, презентації, конференції круглого столу, тест-тренінги тощо, що дозволяє навчаються розвивати практичні навички та компетенції в прийнятті управлінських рішень в галузі міжнародного бізнесу.

3. Програма забезпечена найсучаснішими засобами навчання: мультимедійними засобами, комп'ютерною технікою, інтернет-ресурсами тощо, що дозволяє навчаються розвивати практичні навички та компетенції в прийнятті рішень.

4. Спрямованість на вимоги сучасного споживача освітніх послуг. Навчальні плани дисциплін, що викладаються у межах програми, своєчасно оновлюються, орієнтуючись на потреби роботодавців у сфері готельно-ресторанного бізнесу та у відповідності з вимогами сучасного споживача освітніх послуг.

5. Постійна актуалізація матеріалів дисциплін, які формують професійні компетентності, відображають реальний стан та проблеми здійснення управління підприємств у сфері готельного і ресторанный бізнесу.

Програма розроблена на основі поєднання досвіду підготовки магістрів готельного бізнесу у провідних зарубіжних і вітчизняних закладах вищої освіти.



ІННОВАЦІЙНИЙ ТА СТАРТАП-МЕНЕДЖМЕНТ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ

Мета дисципліни - набуття теоретичних та практичних знань і навичок з інноваційного менеджменту та управління стартап-проектами в сфері гостинності.

Стислий зміст:

Важливість та доцільність здійснення інноваційної діяльності для досягнення конкурентних переваг в сфері гостинності. Розроблення планів інноваційної діяльності суб'єктів туристичного, готельного і ресторанного бізнесу. Методи здійснення техніко-економічного обґрунтування інноваційних проектів. Формування інноваційної стратегії суб'єктів туристичного, готельного і ресторанного бізнесу та розробки тактики її реалізації. Просування інноваційних продуктів на ринок туристичних, готельних і ресторанних послуг. Управління стартап-проектами в сфері гостинності. Ризики стартап- та інноваційних проектів і прийняти рішення для їх управління з метою забезпечення стабільного рівня економічної безпеки суб'єктів туристичного, готельного і ресторанного бізнесу.

ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ БЕЗПЕКИ



Жодна система безпеки не забезпечує необхідного рівня без належної підготовки керівництва, працівників та клієнтів

Мета дисципліни — Формування у студентів професійних компетентностей щодо: поняття та системи корпоративної безпеки; ризиків корпоративної безпеки; структури корпоративного управління; механізму контролю акціонерами діяльності підприємства; корпоративних конфліктів та спорів між акціонерами; зловживання корпоративними правами; недружного поглинання суб'єктів господарювання; правових інструментів бізнесу по протидії рейдерству; правової протидії корпоративному шахрайству на підприємстві; контролю за дотриманням законодавства про захист персональних даних

Стислий зміст:

Ризики корпоративної безпеки. Структура корпоративного управління. Офшорні юрисдикції в структурі корпоративного управління. Трасти в структурі корпоративного управління. Корпоративний секретар в структурі корпоративного управління. Наглядова рада в структурі корпоративного управління. Ревізійна комісія (ревізор) в структурі корпоративного управління. Механізм контролю акціонерами діяльності підприємства. Корпоративні конфлікти та спори між акціонерами. Зловживання корпоративними правами. Акціонерні договори. Недружнє поглинання суб'єктів господарювання. Правові інструменти бізнесу по протидії рейдерству. Юридична служба на підприємстві. Організаційно-правова модель системи внутрішньої безпеки підприємства. Правова протидія корпоративному шахрайству на підприємстві. Корпоративне розслідування на підприємстві. Кадрова безпека на підприємстві (Friendly Fire). Контроль за дотриманням законодавства про захист персональних даних.



СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ

*З огляду на те, що вам все одно доведеться думати,
думайте відразу масштабно*
Дональд Трамп, президент The Trump Organization

Мета дисципліни — освоєння основних теоретичних положень курсу, формування вмінь та компетенції щодо застосування законо-мірностей, методів та форм наукового пізнання на практиці, під час аналізу явищ і процесів, пов'язаних з управлінською, юридичною та економічною діяльністю.

Завдання дисципліни:

- *теоретичне освоєння основних видів стратегій управління підприємством*
- *набуття практичних навичок щодо особливостей стратегічного управління в готельному та ресторанному бізнесі;*
- *здобути практичних навичок щодо освоєння збалансованої системи показників у системі стратегічного управління діяльністю корпорацій.*

Стислий зміст:

Гене́за стратегічного управління; імплементація моделей та міжнародних стандартів стратегічного управління в готельний та ресторанний бізнес; публічне розміщення акцій (IPO) як джерело формування коштів корпорацій; особливості процесу глобалізації готельного та ресторанного бізнесу; рейтингові оцінки управління корпораціями в готельному і ресторанному бізнесі (Forbes Travel Guide); соціальна відповідальність та корпоративна культура в готельному і ресторанному бізнесі

REVENUE МЕНЕДЖМЕНТ

*Не треба боятися великих витрат,
треба боятися маленьких доходів*



Метою дисципліни - формування системи теоретичних знань, практичних умінь і навичок використання моделей управління доходами, аналітичних технологій щодо оптимізації та максимізації доходності суб'єкта готельного бізнесу на основі прогнозування поведінки споживача та стимулювання попиту.

Завдання дисципліни:

- *теоретичне освоєння моделей управління доходами;*
- *набуття навичок застосування методик забезпечення продажів оптимальної кількості номерів готелю за максимальною ціною через найбільш ефективні канали збуту;*
- *опанувати сучасні методи, техніки, моделі щодо застосування практичних та ефективних підходів до формування справедливої ринкової вартості готельної послуги*

Стислий зміст:

Концепція «Revenue менеджменту» як аналітичної технології управління доходами; теоретичні та методологічні положення «Revenue менеджменту» як базису для розроблення та застосування у практичній діяльності методик забезпечення продажів оптимальної кількості номерів готелю за максимальною ціною через найбільш ефективні канали збуту; методи, техніки, моделі щодо застосування практичних та ефективних підходів до формування справедливої ринкової вартості готельної послуги як товару, розробки гнучкої політики ціноутворення, визначення недостатнього рівня доходів готелю; «Revenue менеджмент» як система управління готелю з дотриманням етичних принципів взаємовідносин.



УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ В СФЕРІ ГОСТИННОСТІ

Якість – це запорука успіху. Успіх – це діяти та працювати так, щоб прагнення до досконалості послуги чи продукту стало постійним

Мета дисципліни — засвоєння теоретичних концептуальних та методологічних засад управління якістю в готелях та ресторанах, здобуття знань, практичних навичок та компетенцій щодо формування та сертифікації систем управління якістю.

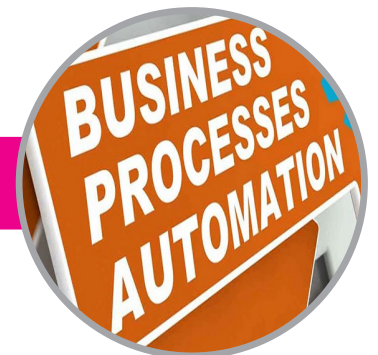
Завдання дисципліни:

- *теоретичне освоєння методологій управління якістю в готелях та ресторанах;*
- *набуття практичних навичок щодо застосування моделі Європейського індексу задоволення споживачів в системі управління якістю послуг готелів і ресторанів;*
- *формування практичних навичок контролю та аудиту якості готельних та ресторанних послуг.*

Стислий зміст:

Основи теорії управління якістю; вітчизняний та міжнародний досвід управління якістю в готелях та ресторанах; концепція управління послуг; методологія управління якістю в готелях та ресторанах; статистичні методи та інструменти управління якістю; оцінка якості готельних та ресторанних послуг; система управління якістю в готелях та ресторанах; імплементація моделі Європейського індексу задоволеності споживачів у системі управління якістю послуг готелів і ресторанів; сертифікація систем управління якістю готелів та ресторанів; контроль та аудит якості готельних та ресторанних послуг.

МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ



Мета дисципліни – знання і навички використання сучасних інформаційних інструментів побудови, проектування і аналізу бізнес-процесів відповідного професійного спрямування

Завдання дисципліни:

- *теоретичне освоєння загальних характеристик бізнес-процесів, їх видів та класифікації;*
- *набуття практичних навичок щодо застосування інструментів моделювання бізнес-процесів, обґрунтування прийнятих рішень та оцінки їх ефективності;*
- *формування практичних навичок застосування різних моделей планування та удосконалення бізнес-процесів.*

Стислий зміст:

Сутність і класифікація бізнес-процесів. Підходи до моделювання бізнес-процесів: структурний, функціональний, процесний та ін. Параметри економічного процесу для побудови моделі. Особливості CASE-засобів. Моделі, створені CASE-технологіями. Особливості функціонування CASE-технологій. Зміст BPMN: складність бізнес-процесів, транзакції, інформаційні потоки, управління даними, обробка виключень, операційна семантика та ін. Загальна схема SADT-моделі бізнес-процесу. Особливості і призначення IDEF3 в моделюванні бізнес-процесів. Особливості нотації бізнес-процесів BPMN. Складові елементи нотації BPMN.

HR-МЕНЕДЖМЕНТ ГОТЕЛІВ І РЕСТОРАНІВ



Ключ до успіху в бізнесі - в людях та інноваціях

Мета дисципліни — формування системи теоретичних, методологічних та прикладних щодо HR-менеджменту готелів і ресторанів, розвиток практичних навичок, спрямованих на вирішення завдань щодо успішної реалізації теоретичних та методичних положень HR-менеджменту у готельному та ресторанному бізнесі.

Стислий зміст:

Теоретичні засади HR-менеджменту; організування діяльності та функції служб HR-менеджменту; персонал у системі HR-менеджменту; HR-політика та HR-стратегія; планування персоналу готелів і ресторанів; наймання та адаптація персоналу готелів і ресторанів; оцінювання та розвиток фахових компетентностей персоналу готелів і ресторанів; вивільнення персоналу готелів і ресторанів; організаційна поведінка та командний HR-менеджмент готелів і ресторанів; результативність HR-менеджменту.

БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ



*Бренд-менеджмент – це пошук декількох
двигунів для управління брендами*

Мета дисципліни — формування системи теоретичних та практичних знань щодо сутності діяльності компанії сфери обслуговування з формування сильного бренду та ефективності бренд-менеджменту.

Завдання дисципліни:

- здобути концептуальні і методологічні знання про створення сильних брендів;
- засвоїти навички аналітичної, креативної та інноваційної діяльності при проектуванні, просуванні і капіталізації брендів;
- формування практичних навичок управління брендингом в готельному та ресторанному бізнесі.

Стислий зміст:

Поняття та сутність бренд-менеджменту; суб'єкти бренд-менеджменту; керівник компанії як бренд-менеджер; бренд як об'єкт управління; функції бренду; моделі бренду; система управління розвитком бренду; планування бренду; формування архітектури бренду; інформаційне забезпечення бренд-менеджменту; організація бренд-менеджменту; контроль ефективності бренд-менеджменту; комунікаційне забезпечення формування бренду.



ТЕХНОЛОГІЇ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

Світ вже ніколи не буде колишнім

Мета дисципліни — формування системи теоретичних знань та практичних навичок застосування сучасних цифрових технологій, принципів, методів та інструментів у маркетинговій діяльності підприємств.

Завдання дисципліни:

- опанувати теоретичні та організаційні основи цифрових технологій, їх роль у маркетинговій, цінovій та збутовій діяльності підприємства;
- оволодіти практичними навичками роботи впровадження інструментів цифрових технологій у маркетингові дослідження;
- формування практичних навичок впровадження інструментів цифрового маркетингу.

Стислий зміст:

Поняття та інструменти цифрових технологій. Цифрові технології в товарній та цінovій політиці. Цифрові технології в системі розподілу. Цифрові технології в маркетингових комунікаціях. Цифрові технології в маркетингових дослідженнях. Цифрові технології маркетингового аналізу

УПРАВЛІННЯ ЛАКШЕРІ СЕРВІСОМ

Поняття стилю і смаку досить умовне. Справа не в тому, що у одних смак хороший, а в інших ні, а в тому, що саме підходить кожній окремій людині

Келлі Хоппен



Мета дисципліни – формування у студентів знань та вмінь управління Luxury сервісом в готелях, організації іманентних характеристик Luxury сервісу в готелях, ознайомитись з правилами організації господарських та виробничо-побутових приміщень у готелі. Набуття навичок реалізації сервісних–процесів у Luxury готелях, інноваційних технологій готельного та ресторанного обслуговування, організації праці персоналу.

Стислий зміст:

Філософія розкоші в готельному бізнесі. Американська та європейська моделі розкоші. Концепція розкоші Веблена. «Нова концепція» розкоші M.J. Silverstein, N. Fiske, J. Butman. Критерії оцінки та елементи розкоші. Моделі бізнесу LRHs. Еволюція та сучасні тренди глобальних та локальних ринків Luxury готелів. Формування глобального інтересу споживачів до готелів «Luxury» сегменту. Світовий рейтинг готелів «Luxury» сегменту. Аналітика «The World Luxury Index», «Forbes Travel Guide Star Awards», «Smith Travel Research» щодо кон'юнктури сегменту готелів категорії «Luxury». Фактори, що впливатимуть на розвиток Luxury сервісу.

Ресторанний luxury сервіс. Професійні стандарти ексклюзивного сервісу клієнтів лакшері сегменту. Технологія Upselling. Room-service. Алгоритм роботи працівників RS, аменітіс (VIP-компліменти). Демаркація взаємовідносин в сегменті luxury сервісу. Корпоративна репутація готелю в системі формування корпоративного стандарту сервісу. Створення сервісної культури. Формування партнерських мереж «Luxury сервіс» у готельному бізнесі.

Функції представницького менеджера (front liner). Крос-культурний фактор в Luxury готелях.



ГОТЕЛЬНА СПРАВА

*Кажен святий зуміє зробити диво,
але не кожен зможе добре керувати готелем*

Марк Твен

Мета дисципліни — формування системи теоретичних та практичних знань та навичок щодо організації функціонування підприємства готельного господарства в ринкових умовах.

Завдання дисципліни:

- *набуття комплексу знань щодо організації готельної справи;*
- *отримання системних знань щодо організації бізнес та сервісних процесів різних типів та категорій підприємств готельного господарства в умовах конкуренції;*
- *набуття практичних навичок організації роботи служб із застосуванням інноваційних технологій;*
- *формування підприємницького мислення щодо розвитку нових форматів готельного бізнесу.*

Стислий зміст:

Сутність та значення готельної справи для економічного розвитку країни; генеза та сучасний стан готельної справи; організація діяльності підприємств готельного господарства різних типів та категорій; організація зовнішнього та внутрішнього простору в підприємствах готельного господарства; принципи та правила організації зовнішнього та внутрішнього простору в підприємствах готельного господарства; організація сервісних служб, прийом та розміщення туристів в готелях різних типів та категорій; імплементація міжнародних стандартів обслуговування споживачів; застосування екологічних стандартів; дотримання стандартів забезпечення безпеки перебування гостей; інноваційні технології сервісних процесів, організація перебування споживачів готельних послуг з урахуванням крос культурних особливостей.



ФІНАНСОВІ ТЕХНОЛОГІЇ

Мета дисципліни — ознайомлення студентів із сутністю фінансових технологій, їх видами та особливостями використання в інвестиційній сфері, на ринку платіжних послуг та інших сферах.

Завдання дисципліни:

- *сформувати теоретичний базис системи фінансових технологій;*
- *набуття практичних навичок щодо особливостей використання фінансових технологій в інвестиційній сфері, на ринку платіжних послуг та інших сферах;*
- *формування теоретичної та методологічної бази, необхідної для вільного володіння сучасними фінансовими технологіями.*

Стислий зміст: сутність криптовалют та криптовалютних операцій; фінансові технології на ринку платіжних послуг; фінансові технології в інвестиційній сфері; фінансові технології у сфері банківської діяльності; на страховому ринку; у сфері державних фінансів.



МЕТОДОЛОГІЯ І ОРГАНІЗАЦІЯ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

*Наука складна, але плідна
Освіта — скарб; а навчання — ключ до нього*

Мета дисципліни – засвоєння теоретичних положень, формування вмінь та компетенції щодо застосування закономірностей, методів та форм наукового пізнання на практиці, під час аналізу явищ і процесів, пов'язаних з управлінською, юридичною та економічною діяльністю.

Завдання дисципліни:

- *теоретичне освоєння особливості розумової праці вченого, порядку організації наукових досліджень та опанування основних баз наукових досліджень.*
- *набуття практичних навичок щодо аналізу першоджерела та наукової літератури;*
- *формування практичних навичок аналізу змін в законодавстві з точки зору проблем методології та організації наукових досліджень.*

Стислий зміст:

Методологія наукового дослідження як філософська дисципліна; проблеми наукового пізнання в історії філософії; діалектика як теорія та методологія наукового дослідження; логічні основи наукового дослідження; гносеологічні засади наукового дослідження; проблеми істини в науковому дослідженні; методологічні основи наукового дослідження; специфіка наукового пізнання; основні етапи та форми у процесі наукового дослідження; рівні й методи наукового дослідження; аргументація та доказ у науковому дослідженні; структура і динаміка наукового дослідження – випускної кваліфікаційної роботи, наукової статті, тез наукової доповіді.

УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ

Управління бізнес-процесами - найважливіший елемент системи управління сучасної компанії



Мета дисципліни — розширення і поглиблення знань студентів щодо опанування методиками процесного управління, системного розуміння можливостей управління бізнес-процесами та методів їх впровадження у практику суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу; ролі інформаційних технологій в управлінні бізнес-процесами; набуття практичних вмінь і навичок щодо застосування інструментів для опису та регламентації бізнес-процесів, підходів до реінжинірингу, моделювання, проектування та перепроєктування бізнес-процесів.

Завдання дисципліни:

- *набуття практичних навичок щодо систематизації уявлення про взаємозв'язок внутрішніх та зовнішніх бізнес-процесів суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу; впровадження методик опису, аналізу та моделювання бізнес-процесів;*
- *формування навичок щодо застосування інструментів реінжинірингу, моделювання, проектування бізнес-процесів у готельному і ресторанному бізнесі.*

Стислий зміст:

Загальна характеристика основних та допоміжних бізнес-процесів суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу; структура бізнес-процесів готелю; структура бізнес-процесів ресторану; етапи управління бізнес-процесами; роль інформаційних технологій в управлінні бізнес-процесами; моделі удосконалення бізнес-процесів; методи реінжинірингу бізнес-процесів із застосуванням інформаційних технологій; проектування бізнес-процесів суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу.

РЕСТОРАННА СПРАВА

Зустрічаємо з посмішкою, готуємо з любов'ю



Мета дисципліни - опанування та реалізація теоретичних знань та практичних навичок з виробництва кулінарної продукції в закладах ресторанного бізнесу, набуття вміння діагностики технології кулінарної продукції як цілісної технологічної системи з урахуванням санітарних норм та гігієнічних вимог до якості та безпечності продовольчої сировини; формування теоретичних знань та практичних навичок щодо організації виробництва продукції ресторанного господарства, якісного обслуговування споживачів.

Завдання дисципліни:

- вивчення санітарних норм та гігієнічних вимог до якості та безпечності продовольчої сировини і харчових продуктів у закладах ресторанного господарства;
- ознайомлення з основами технології виробництва кулінарної, борошняної кондитерської продукції та напоїв;
- вивчення ресторанного бізнесу і організаційних основ формування сучасної мережі закладів ресторанного господарства;
- набуття знань і практичних навичок з обслуговування бенкетів, дипломатичних прийомів і надання послуг різним сегментам споживачів із кейтерингу, фудінгу.

Стислий зміст:

Загальна характеристика видів харчування. Технологія приготування страв та напоїв. Характеристика типів закладів ресторанного господарства, класифікація послуг. Виробничо-торговельна структура закладів ресторанного господарства. Меню закладів ресторанного господарства. Організація процесу обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства. Правила подавання страв і напоїв у закладах ресторанного господарства.



УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ДЕСТИНАЦІЯМИ

Ніщо так не збагачує, як мандрівки
М. Реріх

Мета дисципліни - засвоєння студентами теоретичних основ формування механізмів створення та розвитку туристських дестинацій, а також опанування ними практичних навичок управління туристськими дестинаціями.

Стислий зміст:

Теоретичні засади формування та розвитку туристських дестинацій, методологія досліджень туристських дестинацій, конкурентоспроможність туристської дестинації, управління поведінкою споживачів туристичного продукту дестинації, інституалізація управління туристськими дестинаціями, маркетинг туристських дестинацій, туристська дестинація як категорія сталого розвитку туризму.



ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ ПОСЛУГ ГОСТИННОСТІ

“Найбільш незадоволені клієнти – найцінніше джерело знань для вас”.

Мета дисципліни — розширення і доповнення знань студентів про основні засади управління підприємствами сфери гостинності використовуючи моделі та сучасні концепції впливу на поведінки споживачів послуги гостинності.

Завдання дисципліни:

- *засвоєння студентами теоретичних основ дії механізмів формування різних моделей споживчої поведінки;*
- *набуття практичних навичок опанування сучасних методів, інструментів, підходів, засобів впливу на вибір споживача.*
- *формування практичних навичок в розробці та обґрунтуванні моделей поведінки споживачів, заходів впливу на їх поведінку та оцінку ефективності.*

Стислий зміст:

Теоретичні засади споживчої поведінки у сфері гостинності; сегментація ринку послуг гостинності; методологія досліджень споживчої поведінки у сфері гостинності; моделювання поведінки споживачів послуг гостинності; маркетингові комунікації у формуванні споживчої поведінки; роль брендингу у формуванні споживчої поведінки; стала поведінка споживачів послуг гостинності.

ФІНАНСОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ



Фінанси складають ту точку опори, яка згідно Архімеда, дозволяє перевернути весь світ

Мета дисципліни — здобуття студентами знань фінансового управління підприємствами сфери гостинності, формування теоретичної та методологічної бази, необхідної для вільного володіння сучасними методиками стратегічного та оперативного-тактичного фінансового менеджменту, а також опанування основних підходів щодо вибору, обґрунтування та реалізація найбільш ефективних фінансових рішень в процесі управління.

Завдання дисципліни:

- *сформувати комплексне розуміння механізму управління фінансами підприємств, навчити правильно застосовувати методичний інструментарій фінансового менеджменту,*
- *опанувати методіку розробки фінансової стратегії діяльності підприємства з врахуванням його фінансово-економічного стану та положення на ринку;*
- *формування навичок застосовувати системний підхід при розробці політики управління прибутком, інвестиційної політики, політики управління активами підприємства, при визначенні вартості капіталу та оптимізації його структури.*

Стислий зміст:

Сутність, мета та задачі фінансового менеджменту; методичні засади побудови систем забезпечення фінансового менеджменту; управління активами підприємства; управління капіталом підприємства; основи управління інвестиціями підприємства; управління грошовими потоками підприємства; управління фінансовими ризиками; основи антикризового фінансового управління.

МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ



У подорожжє є свої переваги. Якщо мандрівник відвідує кращі країни, то він може дізнатися, як поліпшити свою. Якщо ж доля заносить його в гірші країни - він може навчитися любити свою країну

Мета дисципліни - формування системи знань з міжнародного туризму, його сучасного стану, форм та особливостей у світі та у нашій країні.

Завдання дисципліни:

- *теоретичне освоєння особливостей міжнародного туризму як галузі національної економіки, ознайомити із географією туристського попиту, особливостями міжнародного туризму та державного регулюванням туристичної діяльності в світі;*
- *набуття навичок аналізу місця і роль України на ринку міжнародного туризму;*
- *формування практичних навичок в наданні об'єктивних кваліфікованих рекомендації щодо розвитку міжнародного туризму в Україні.*

Стислий зміст:

Становлення системи міжнародної туристичної термінології; еволюція формування та розвитку міжнародного туризму; оцінка впливу міжнародного туризму на національну економіку; методичні підходи до визначення індикаторів розвитку міжнародного туризму та дослідження світового і регіональних ринків послуг міжнародного туризму; транснаціоналізація туристичного бізнесу: типи туристичних транснаціональних корпорацій та моделі управління ними; міжнародні готельні мережі як форма транснаціональних корпорацій в туризмі; аналіз стану та пріоритетів розвитку туристичних транснаціональних корпорацій на світовому та національному ринку; особливості організаційних структур управління туристичними транснаціональними корпораціями; оцінка економічної ефективності туристичних транснаціональних корпорацій.



ПСИХОЛОГІЯ БІЗНЕСУ

Психологія бізнесу – закон успішних угод і гарних партнерських відносин

Мета дисципліни — формування у студентів комплексних знань з основ ведення сучасного бізнесу які допомагають майбутньому фахівцю оволодіти інструментарієм прийняття ефективних господарських рішень.

Стислий зміст:

Основні поняття, методологія, методи, завдання та принципи психології бізнесу; психологічні джерела, чинники, механізми та закономірності розвитку бізнесу як системи; психологічні передумови формування ділової активності; процес формування підприємницької мотивації; професійно-важливі психологічні і психофізіологічні якості бізнесмена; соціально-психологічні чинники успішності ведення бізнесу. Основні напрями та підходи в оцінці професійних і ділових якостей бізнесмена; основи підбору та заохочення персоналу; основні морально-етичні проблеми представників сучасного бізнесу; роль та значення комунікативних процесів в діяльності підприємця; психологічне значення ділового спілкування в досягненні успіху, психологія прийняття рішення в складній ситуації.



ПСИХОЛОГІЯ ІМІДЖУ

Психологія іміджу – образ, престиж, репутація

Мета дисципліни — вміння здійснювати психологічний аналіз іміджу, досліджуючи можливості застосування до його вивчення найбільш прогресивних методів психологічної науки, та надавати психологічну допомогу керівному складу фірми, організації і працівникам у формуванні їх іміджу

Стислий зміст:

Соціально-психологічна природа іміджу. Типологія іміджу, його види. Іміджелогія. Імідж як результат суб'єкт-суб'єктної взаємодії. Імідж як символічний образ. Психологічний інструментарій для формування іміджу. Провідні вимоги до іміджу. Технології формування іміджу. Принципи створення позитивного іміджу. Імідж у системі індивідуальної поведінки і соціального впливу. Структура та особливості індивідуального іміджу. Соціальні ефекти сприйняття іміджу. Груповий, корпоративний і предметний імідж. Створення вербального та кінетичного іміджу. Керування процесом формування першого враження. Самоменеджмент – стратегія формування ділового іміджу. Керування стресом і успіх у діяльності. Гігієна здоров'я і профілактика стомлюваності ділової людини. Технології просування особистісного іміджу. Позичіонування особистісного іміджу. PR-діяльність. Форми і види комунікативних презентацій.

ДОГОВІРНЕ ПРАВО

Право - це все те, що істинно і справедливо



Мета дисципліни – розширення і поглиблення знань студентів у теоретичних основах договірного права, а саме: набути навичок в формуванні правової природи господарсько-правових зобов'язань.

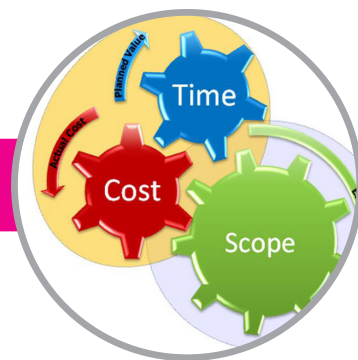
Завдання дисципліни:

- теоретичне освоєння основних понять та категорій договірного права;
- набуття практичних навичок щодо визначення умов притягнення суб'єктів господарювання до господарсько-правової відповідальності джерел договірного права;
- формування практичних навичок у визначенні істотних, звичайних та випадкових умов різних видів господарських договорів.

Стислий зміст:

Предмет, метод та система договірного права; основні принципи договірного права; джерела договірного права; суб'єкти договірного права; зобов'язання та договір в господарському договірному праві; види господарських договорів за законодавством України; договори направлені на передачу майна у володіння та тимчасове користування щодо виконання робіт та надання послуг.

ЦІННІСНО ОРІЄНТОВАНЕ УПРАВЛІННЯ



*Цінність є всеосяжною,
що визначає сенс і всього світу в цілому, і кожної
особи, і кожної події, і кожного вчинку*

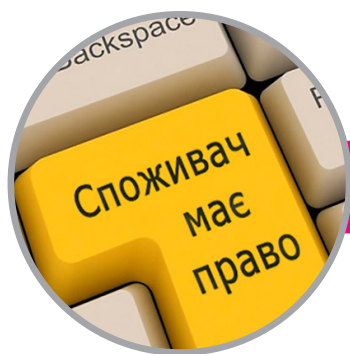
Мета дисципліни — розширення і поглиблення знань студентів у сфері науки «менеджмент», формування наукового економічного світогляду, вміння аналізувати і прогнозувати економічні ситуації на різних рівнях управління господарюючими суб'єктами у контексті визначення стратегічних управлінських завдань щодо максимізації цінності підприємства для всіх складових соціо-економічної системи.

Завдання дисципліни:

- *теоретичне освоєння сучасних концепцій і моделей управління на засадах ціннісно орієнтованого підходу;*
- *набуття практичних навичок щодо систематизації уявлення про систему ключових індикаторів створення соціально-економічної цінності підприємства, споживчої цінності продукту (послуги) цінності клієнтської бази та цінності бренда включаючи формування навичок критичного аналізу та відбору показників, призначених для вимірювання і контролю ефективності діяльності менеджменту на різних рівнях управління;*
- *формування практичних навичок пошуку, відбору, аналізу і оцінки джерел інформації для досягнення мети ціннісно орієнтованого управління.*

Стислий зміст:

Понятійне поле теоретичного базису ціннісно орієнтованого управління; економічні передумови застосування теорії цінності в управлінні підприємствами; характеристика функцій цінностей в управлінні підприємствами. об'єкти, суб'єкт, мета, завдання, напрями реалізації та система принципів ціннісно орієнтованого управління; концепція побудови системи ціннісно орієнтованого управління. інтегрована система оцінювання соціально-економічної цінності підприємства; формування соціально-економічної цінності підприємства; дослідження моделі економічної поведінки споживача як інформаційно-аналітична основа формування системи оцінювання споживчої цінності продукту (послуги) підприємства; методичні основи оцінювання цінності клієнтської бази підприємства.



КОНСЮМЕРСЬКЕ ПРАВО

У людини вкладена потреба щастя, отже, вона законна

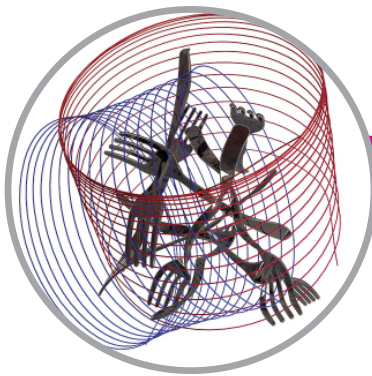
Мета дисципліни полягає в оволодінні студентами основних понять та складових системи споживчого права, набути практичних навичок загального та спеціального законодавства України в сфері захисту прав споживачів.

Завдання дисципліни:

- *теоретичне освоєння основоположень принципів діяльності державних органів з питань захисту прав споживачів та їх повноваження;*
- *набуття практичних навичок особливості застосування відповідальності за порушення прав споживачів. права та обов'язки споживачів;*
- *формування практичних навичок застосування способів захисту прав споживачів.*

Стислий зміст:

Поняття споживчого права як правового інституту. Консумеризм як всесвітній соціально-політичний рух; правові основи та характеристика Концепції державної політики у сфері захисту прав споживачів; державний захист своїх прав та гарантований рівень споживання як основні права споживачів; загальна характеристика основних прав та обов'язків споживачів; організаційно-правове регулювання захисту прав споживачів; система і повноваження органів влади у сфері захисту прав споживачів; відповідальність за порушення законодавства про захист прав споживачів.

**КОНЦЕПЦІЇ ТА РЕСТОРАННИЙ КРЕАТИВ**

*Креативність – це ніщо інше, як вільний розум
Torpi T. Acai*

Мета дисципліни – формування системи знань про: сучасні концепції закладів ресторанного господарства різних типів і форматів, особливості формування їх складових елементів, створення нової або rebranding концепції закладу, підходи до формування атмосфери та стимулювання спрямованого чуттєвого сприйняття концепції закладу, інноваційні технології сервісу і ексклюзивні додаткові послуги у концептуальних закладах ресторанного господарства. Оволодіння професійними знаннями, навичками та вміннями щодо розроблення і впровадження ексклюзивних технологій ресторанної продукції.

Завдання дисципліни:

- *здобути базові знання щодо створення нової концепції закладу, бренду, формування brand-book;*
- *набути та засвоїти навички щодо формування «атмосфери» закладу ресторанного господарства, розуміння значення елементів «атмосфери» у стимулюванні спрямованого чуттєвого сприйняття концепції закладу;*
- *набуття системи знань щодо застосування ексклюзивних технологій сервісу, професійної майстерності персоналу у концептуальних закладах ресторанного господарства.*

Стислий зміст:

Концепції закладів ресторанного господарства. Гастрономічний бренд закладу ресторанного господарства, логістика вибору локальної сировини і продуктів, особливості складання концептуального меню, використання страв авторської кухні; технічний аналіз та управління концепцією меню. Кулінарна смакова комбінаторика, тезаурус смаків. Квіткова гастрономія. Ф'южн – авторський мікс технологій різних кухонь світу. Food design – креативний напрям у оформленні страв і напоїв. Шоколадне мистецтво. Haute cuisine (висока кухня).



ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ

Природні права – це ті, що належать людині в силу її існування. До них належить інтелектуальне право, або право вільно мислити, а також усі ті права особи діяти на користь собі і своєму щастю, які не утискають природних прав

Мета дисципліни – ґрунтовне ознайомлення студентів з основними положеннями чинного законодавства України про інтелектуальну власність та практично - історичного становлення права інтелектуальної власності, його об'єктами та суб'єктами, особистими немайновими і майновими правами суб'єктів права, способами їх використання та захисту.

Завдання дисципліни:

- *теоретичне освоєння сучасної Інтелектуальної діяльності як складової творчого процесу та соціально-економічного розвитку суспільства*
- *набуття практичних навичок щодо Захисту авторського і суміжного права*
- *формування практичних навичок Колективного управління авторським правом і суміжними правами*

Стислий зміст:

Поняття інтелектуальної власності, об'єкти та суб'єкти інтелектуальної власності; поняття, принципи та джерела авторського права; об'єкти та суб'єкти авторського права; особисті немайнові та майнові права на твори літератури, мистецтва і науки; колективне управління авторськими правами; відповідальність за порушення авторських прав; правова охорона суміжних прав; поняття та умови правової охорони винаходів, корисних моделей, промислових зразків; правова охорона нетрадиційних результатів інтелектуальної власності; правова охорона засобів індивідуалізації суб'єктів господарського обороту, товарів, робіт і послуг; поняття та правовий захист комерційних (фірмових) найменувань; торговельної марки та географічних значень; захист від недобросовісної конкуренції; відповідальність за порушення прав інтелектуальної власності.

КОРПОРАТИВНЕ ПРАВО

Побудова будь-якого бізнесу передбачає формування системи належного корпоративного управління, яке зцементоване законом



Мета дисципліни - формування системи теоретичних та практичних знань щодо формування знань щодо порядку створення корпорації та системи належного корпоративного управління корпорацією (комерційною юридичною особою).

Завдання дисципліни:

- здобути базові знання щодо сутності корпоративних прав учасника (акціонера) та корпоративного управління корпорацією;
- набути та засвоїти навички щодо застосування норм права, формування системи корпоративних правових норм, правозастосовної діяльності при створенні та управлінні корпорацією, набутті та припиненні корпоративних прав учасників правовідносин;
- набуття системи правових знань щодо охорон та захисту корпоративних прав учасника.

Стислий зміст:

Поняття і ознаки корпоративного права. Система корпоративного права та характеристика його основних інститутів (складових). Джерела корпоративного права. Поняття та зміст корпоративних прав. Суб'єкти корпоративних відносин та їх види. Поняття та ознаки корпоративного управління. Правовий статус органів управління корпорації (комерційної юридичної особи), порядок їх формування та повноваження. Способи і механізми захисту прав та законних інтересів суб'єктів корпоративних відносин. Система державних органів, що здійснюють захист корпоративних прав фізичних та юридичних осіб.



СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ У ГОТЕЛЬНОМУ ТА РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Стратегічний маркетинг є відчуттям напрямку, в якому відбувається імпровізація для задоволення споживачів

Мета дисципліни – розширення і поглиблення знань студентів щодо методологічних і практичних аспектів застосування стратегічного маркетингу та набуття вмінь, необхідних для вирішення завдання розроблення маркетингових стратегій суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу.

Завдання дисципліни:

- теоретичне освоєння сучасних концепцій і моделей стратегічного маркетингу та адаптація їх до особливостей ведення бізнесу у готельній та ресторанній сферах;
- набуття практичних навичок щодо аналізу ринку, оцінки конкурентів і прогностичних розрахунків ринкової частки, застосування методів просторового моделювання для досягнення конкурентних переваг;
- формування практичних навичок пошуку, відбору, аналізу і оцінки джерел інформації для досягнення мети стратегічного маркетингу.

Стислий зміст:

Сутність, цілі та завдання стратегічного маркетингу в готельному і ресторанному бізнесі; інформаційно-аналітичне забезпечення стратегічного маркетингу в готельному і ресторанному бізнесі; маркетинговий стратегічний аналіз підприємницького середовища готельного і ресторанного бізнесу; маркетинговий стратегічний аналіз внутрішнього середовища суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу; маркетинговий стратегічний аналіз споживачів готельних та ресторанних послуг; smart-технології стратегічного маркетингу в готельному і ресторанному бізнесі; маркетингові стратегії суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу; контролінг маркетингових стратегій суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу.

HEALTH ТУРИЗМ



Мета дисципліни - засвоєння основних теоретичних положень, формування вмінь та компетенцій щодо організації туризму здоров'я; визначення основних туристичних дестинацій світу, що спеціалізуються на туризмі здоров'я.

Стислий зміст:

Сутність та особливості розвитку туризму здоров'я, особливості просторової структури туризму здоров'я, різні напрямки, медичні інститути та соціальні структури, придатні для туризму здоров'я, особливості туризму здоров'я в різних країнах, регіонах, континентах, теоретичні основи туризму здоров'я, галузева та просторова структури туризму при лікуванні наркоманії, галузева та просторова структури офтальмологічного туризму, бариатричного та судинно-хірургічного туризму, трансплантації кісткового мозку, ревматології та ортопедичного хірургічного туризму, лікування раку, кардіохірургії та кардіологічного туризму, косметичної хірургії та дерматології, естетичного нехірургічного, трансплантаційного туризму, туризму стоматологічної допомоги, сімейної медицини, педіатричного та ферментативного туризму, неврології та нефрологічного туризму, психіатричного туризму, пульмонології, отоларингології, ендокринології та гастроентерологічного туризму, імунології та туберкульозу, туризму спортивної медицини, галузева та просторова структури охорони здоров'я в Європі та Америці в Азії та на Близькому Сході.

АНТИКРИЗОВА ПСИХОЛОГІЯ

Успіх – це здатність крокувати від однієї невдачі до іншої, не втрачаючи ентузіазму
Вінстон Черчилль



Мета дисципліни - оволодіти знаннями з феноменології криз духовного розвитку людини з урахуванням специфіки переживання кризового стану або «дисонансу» в ситуації невизначеності, непередбачуваності та горя; сформувані компетентності щодо використання антикризових методів психокорекції, психологічної допомоги при переживанні кризового стану особистості.

Стислий зміст:

Духовно-особистісний потенціал людини. Кризові стани особистості та їх класифікація. Феномен і фази переживання духовно-особистісної кризи. Психологічні особливості процесу переживання горя особистості. Психологічна допомога при переживанні криз особистості. Корекційно-тренінгова програма духовно-особистісного розвитку.



ПСИХОЛОГІЯ БІЗНЕСУ

*Психологія бізнесу – закон успішних угод
і гарних партнерських відносин*

Мета дисципліни — формування у студентів комплексних знань з основ ведення сучасного бізнесу які допомагають майбутньому фахівцю оволодіти інструментарієм прийняття ефективних господарських рішень.

Завдання дисципліни:

- *освоєння теоретичних знань щодо психологічних джерел, чинників, механізмів та закономірностей розвитку бізнесу як системи;*
- *набуття практичних навичок щодо застосування основних методів і прийомів психологічної підготовки бізнесмена;*
- *формування практичних навичок основного психологічного потенціалу бізнесмена, методів та засобів реалізації його ділового успіху що спираються на фактори успіху, як поведінка, мотивація, організаторські здібності, етика, особистісні обмеження, які зменшують ефективність роботи.*

Стислий зміст:

Основні поняття, методологія, методи, завдання та принципи психології бізнесу; психологічні джерела, чинники, механізми та закономірності розвитку бізнесу як системи; психологічні передумови формування ділової активності; процес формування підприємницької мотивації; професійно-важливі психологічні і психофізіологічні якості бізнесмена; соціально-психологічні чинники успішності ведення бізнесу. Основні напрями та підходи в оцінці професійних і ділових якостей бізнесмена; основи підбору та заохочення персоналу; основні морально-етичні проблеми представників сучасного бізнесу; роль та значення комунікативних процесів в діяльності підприємця; психологічне значення ділового спілкування в досягнення успіху, психологія прийняття рішення в складній ситуації.