



Київський національний торговельно- економічний університет

*факультет ресторанно-готельного та
туристичного бізнесу*

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПАКЕТ

ЄВРОПЕЙСЬКА КРЕДИТНО-ТРАНСФЕРНА СИСТЕМА (ЄКТС)

Освітній ступінь
Галузь знань
Спеціальність
Освітня програма

магістр
24 Сфера обслуговування
241 Готельно-ресторанна справа
**«Міжнародний готельний і ресторанный
бізнес»**





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: «Вісник КНТЕУ», «Товари та ринки», «Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право», член редколегії журналу «Економіка України»



ЗАВІДУВАЧ КАФЕДРИ

ГАРАНТ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

БОЙКО
МАРГАРИТА 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 NEW	■	■		
	Менеджмент і бізнес-адміністрування у сфері гостинності NEW			■/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.



МІЖНАРОДНИЙ ГОТЕЛЬНИЙ І РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС

Управляти готелем - важка праця, і кожна деталь механізму, яка здається зовсім незначною, насправді була життєво важливою, а без неї готель не функціонував би так чітко і бездоганно
Даніела Стіл Готель "Вандом"

Якщо Ви прагнете керувати міжнародними готельними та ресторанними мережами в умовах глобалізації, інтернаціоналізувати національний готельний та ресторанний бізнес, застосовувати глобальний інтегрований підхід до розвитку сфери гостинності з метою пошуку нових ринкових можливостей, Вам неодмінно слід продовжити освіту в магістратурі за спеціалізацією «Міжнародний готельний і ресторанний бізнес».

«Міжнародний готельний і ресторанний бізнес» – перша і єдина в Україні магістерська програма підготовки фахівців, що відповідає запитам бізнес-освіти на міжнародному рівні.

Метою освітньої програми «Міжнародний готельний і ресторанний бізнес» є підготовка сучасних фахівців з практичними навичками та креативним мисленням, які спроможні управляти міжнародними компаніями, розвивати міжнародні економічні відносини у сфері готельно-ресторанного бізнесу, організовувати взаємозв'язки із зарубіжними партнерами, імплементувати міжнародний досвід інтернаціоналізації готельного та ресторанного бізнесу; розробляти програми дистрибуції для масштабування бізнесу, аналізувати специфічних потреб споживачів з урахуванням національних особливостей; просувати національні бренди на міжнародних ринках готельних та ресторанних послуг.

Випускники програми мають найширший спектр знань та умінь, вони керують бізнес-процесами міжнародних готельних і ресторанних мереж на різних рівнях, виконують міжнародні операції, аналізують позиції компаній у міжнародному середовищі, проводять моніторинг основних конкурентів, беруть участь у розробці міжнародних бізнес-стратегій компанії, планують діяльність компанії на перспективу, можуть організувати власний бізнес та керувати ним.

Магістерська програма з міжнародного готельного і ресторанного бізнесу – це унікальна можливість для отримати потужну сучасну освіту в традиціях кращих світових та європейських бізнес-шкіл.

Особливості освітньої програми:

- **Програма практико-орієнтована:** для викладання окремих курсів залучаються фахівці-практики, що працюють в міжнародних готельних та ресторанних мережах, а також організовуються численні майстер-класи, що проводяться топ-менеджерами національних і міжнародних готельних і ресторанних мереж. При викладанні використовуються інтерактивні методи навчання: ділові та рольові ігри, імітаційні ігри, кейс-стаді, презентації, конференції круглого столу, тест-тренінги і т.д., що дозволяє навчатися розвивати практичні навички та компетенції в прийнятті управлінських рішень в галузі міжнародного бізнесу.
- **Програма забезпечена найсучаснішими засобами навчання**
- **Процес навчання дозволяє студенту гнучко вибудовувати власну освітню траєкторію за рахунок вибору дисциплін**
- **Розвиток освітньої програми відбувається відповідно до сучасних потреб. Навчальні плани постійно вдосконалюються у відповідь на запити стейкхолдерів освітньої програми**

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

МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ



У подорожжя 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 практичних 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.



МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС

Бізнес – це мінне поле, і дивитися на нього крізь “рожеві окуляри” категорично неправильно
Дмитро Потапенко

Мета дисципліни – набуття сучасного економічного мислення і спеціальних знань щодо функціональної та інституційно-структурної структури міжнародного бізнесу, його закономірностей, тенденцій і проблем розвитку в умовах глобалізаційних процесів.

Завдання дисципліни:

- *теоретичне освоєння особливостей міжнародного середовища бізнесу;*
- *набуття практичних навичок щодо організаційно-правових форми міжнародного бізнесу;*
- *формування практичних навичок в оцінюванні можливостей здійснення міжнародних операцій з точки зору її змісту, правового регулювання, економічної доцільності та комерційної ефективності.*

Стислий зміст:

Предмет, зміст і завдання дисципліни «Міжнародний бізнес». середовище міжнародного бізнесу; організаційно-правові форми міжнародного бізнесу; стратегії виходу компаній на зовнішні ринки; управління людськими ресурсами в міжнародному бізнесі; етика та соціальна відповідальність в міжнародному бізнесі; національні моделі міжнародного бізнесу.



МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ

Маркетинг – це вміння дивитись на весь бізнес очима споживача

Мета дисципліни – полягає в поглибленому вивченні особливостей побудови міжнародної маркетингової політики підприємства та організації комунікативної політики на міжнародних ринках.

Завдання дисципліни:

- *теоретичне освоєння сутності і структури міжнародного економічного середовища та політико-правові аспекти міжнародного маркетингу, соціально-культурне середовище та їх впливу на міжнародну маркетингову діяльність;*
- *набуття практичних навичок щодо розробки заходів по підвищення конкурентоспроможності товарів та послуг фірми на закордонних ринках;*
- *формування практичних навичок з застосуванням міжнародних маркетингових комплексів для впровадження маркетингових стратегій та маркетингових інструментів товарної, цінової політики, політики розподілу та комунікаційної політики.*

Стислий зміст:

Міжнародний маркетинг: загальний огляд; міжнародне середовище: економічний аспект; соціокультурне середовище міжнародного маркетингу; міжнародне політико-правове середовище; міжнародні маркетингові дослідження; сегментація світового ринку; вибір зарубіжних ринків; моделі виходу фірми на зовнішній ринок; міжнародний маркетинговий комплекс: товарна політика; міжнародні канали розподілу; міжнародні маркетингові комунікації; міжнародна цінова політика.

REVENUE МЕНЕДЖМЕНТ



*Не варто боятися великих витрат,
варто боятися маленьких доходів.*

Мета 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 особливостей міжнародного середовища бізнесу;
- набуття практичних навичок щодо організаційно-правових форми міжнародного бізнесу;
- формування практичних навичок в оцінюванні можливостей здійснення міжнародних операцій з точки зору її змісту, правового регулювання, економічної доцільності та комерційної ефективності.

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; фактори, що впливають на ефективність методів «Revenue менеджменту» та забезпечують успішність функціонування готелю; 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 ПРОЕКТАМИ В ГОТЕЛЬНОМУ ТА РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

*Складні проекти – легкі,
неможливі проекти – складні,
неймовірні – трішки складніше*

Мета дисципліни - формування компетентностей, необхідних для успішного вирішення організаційно-управлінських завдань у сфері проектної діяльності, створення нових структур організації і груп організацій з урахуванням методів проектування спрямованих на вдосконалення управління і підвищення ефективності функціонування суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу.

Завдання дисципліни:

- теоретичне освоєння сучасних концепцій і моделей управління проектами та адаптація їх до особливостей ведення бізнесу у готельній та ресторанній сферах;
- набуття практичних навичок щодо організації роботи команди проекту для здійснення конкретних проектів; вивчення видів ефективності інвестиційних проектів, методів аналізу та оцінки їх комерційної ефективності та дослідження особливостей оцінки ефективності проектів з урахуванням факторів ризику і невизначеності;
- формування практичних навичок пошуку, відбору, аналізу і оцінки джерел інформації для досягнення мети управління проектами.

Стислий зміст:

Складові процесу обґрунтування проекту; основні процеси планування проекту; види ресурсів для забезпечення реалізації проекту в готельному і ресторанному бізнесі; технології та методи управління ресурсним забезпеченням проектів в готельному та ресторанному бізнесі; засоби та джерела фінансування проекту, їх характеристика; види проектних ризиків у готельному та ресторанному бізнесі; сутність процесу «управління якістю проекту» в готельному і ресторанному бізнесі; формування інформаційного середовища для контролювання проекту; формування та управління людськими ресурсами проекту.

УПРАВЛІННЯ КОРПОРАЦІЯМИ В ГОТЕЛЬНОМУ ТА РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Hospitality
Management
Corporation

*Щоб домогтися успіху, великі корпорації
повинні стати «конфедераціями підприємців»*

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 інтегрованих корпоративних утворень в готельному і ресторанному бізнесі*
- *набуття практичних навичок щодо особливостей управління корпораціями в готельному та ресторанному бізнесі за стейкхолдер-підходом;*
- *здобути практичних навичок щодо освоєння збалансованої системи показників у системі стратегічного управління діяльністю корпорацій.*

Стислий зміст:

Гене́за управління корпораціями в готельному та ресторанному бізнесі; імплементація моделей та міжнародних стандартів корпоративного 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.



МІЖНАРОДНІ ФІНАНСИ

*Менше мільйона – це гроші.
Більше мільйона – це фінанси.
Більше мільярда – це дефіцит*

Мета дисципліни - формування знань у сфері мобілізації та розподілу міжнародних фінансових ресурсів.

Стислий зміст:

Сутність та призначення міжнародних фінансів; сутність валюти та валютних систем; міжнародний рух капіталу; роль вільних економічних зон у міжнародних фінансах; боротьба з відмиванням «брудних» грошей; міжнародна економічна і торговельна інтеграція, об'єднання та союзи; міжнародний фінансовий ринок. міжнародні фінансові інститути. платіжний баланс.

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 прогнозних розрахунків ринкової частки;
- 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..



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 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.

ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ ПОСЛУГ ГОСТИННОСТІ



*Ми рідко думаємо про те, що ми маємо.
Але завжди думаємо про те, чого у нас немає.*

Метою дисципліни є 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 брендінгу у формуванні споживчої поведінки; стала поведінка споживачів послуг гостинності.



МІЖНАРОДНІ КРЕДИТНО-РОЗРАХУНКОВІ ТА ВАЛЮТНІ ОПЕРАЦІЇ

Престиж держави вимірюється не кількістю солдат і не вогневою потужністю гармат, а міцністю національної валюти

Мета дисципліни полягає в здобутті теоретичних знань та практичних навичок щодо застосування фінансово-кредитних методів підтримки зовнішньоекономічної діяльності підприємств / фінансових установ.

Завдання дисципліни:

- *набути практичних навичок щодо організації міжнародних розрахункових операцій;*
- *формування практичних навичок до визначення ризиків в міжнародних кредитно-розрахункових та валютних операціях та шляхів їх мінімізації тощо.*
- *набути практичних навичок здійснювати організацію міжнародних розрахунків за допомогою інкасо та акредитива використовувати різноманітні способи страхування валютних ризиків.*

Стислий зміст:

Валютний курс в системі міжнародних кредитно-розрахункових та валютних відносин; методологічні основи проведення міжнародних розрахунків; фінансово-кредитна підтримка зовнішньоекономічної діяльності; практичні аспекти використання валютних операції як основи управління валютним ризиком підприємства / фінансової установи; методи запобігання прийняття або зменшення валютного ризику підприємства / фінансової установи.



УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ В ГОТЕЛЯХ І РЕСТОРАНАХ

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 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.

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.

Стислий зміст:

Загальна характеристика основних понять процесного управління; характеристика основних та допоміжних бізнес-процесів суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу; структура бізнес-процесів готелю; структура бізнес-процесів ресторану; етапи управління бізнес-процесами суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу; 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.

УПРАВЛІННЯ ЛАКШЕРІ ТУРИЗМОМ

Життя під час подорожі - це мрія у чистому вигляді
Агата Крісті



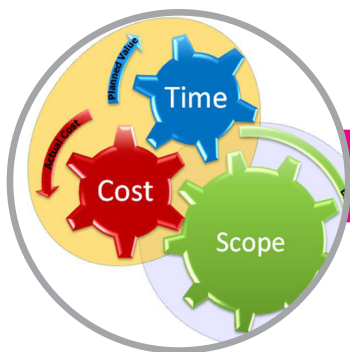
Мета дисципліни – знання щодо особливостей надання туристичних послуг в luxury сегменті; географії елітарного, преміального та luxury туризму; правил розроблення й забезпечення програм елітарного, преміального та luxury відпочинку в різних видах туризму; та вміння застосувати нові форми та методи програмного обслуговування елітарного, преміального та luxury сегментів; обґрунтування нових підприємницьких ініціатив у курортному бізнесі; виконання правил оформлення документів туристів/ рекреантів.

Стилий зміст:

Феномен сучасного luxury туризму. Особливості глобального і локальних ринків luxury туризму. Специфічні вимоги до luxury туризму. Демонстративне споживання як джерело прибутку в туристичному бізнесі. Цінності люкс-споживачів: emotion experience, sex appeal, особистісний ріст і культурні амбіції. Таксономія «багатство - потреба в статусі».

Планування індивідуальних туристичних подорожей VIP-туристів. Поняття luxury дестинації та її ознаки. Процес формування luxury дестинації. Спеціалізація luxury дестинацій. Преміум-круїзи, їх інфраструктура та стандарти обслуговування на борту круїзного судна. Яхтовий туризм і особливості його організації. Організація програм грального туризму для luxury сегменту. Поняття та класифікації пригодницького туризму. Поняття космічного туризму та його історія. Центри та технології підготовки космічних туристів. Обслуговування космічних туристів.

Світові мережі обміну курортами. Гольф-туризм і гольф-тури. Гольф поля та вимоги до їх інфраструктури. Гольф-спорядження та інвентар. Особливості організації гольф-турів. Географія гольф-туризму. Нові види та форми організації видів спорту luxury сегменту. Кінні клуби та конюшні як елементи організації luxury-дозвілля. Особливості концепції «Spa&Wellness» і контексті оновлених концепції добробуту, концепції якості життя та концепції щастя. Складові концепції та основні індикатори Wellness-туризму.



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 – 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 індикаторів створення соціально-економічної цінності підприємства, споживчої цінності продукту (послуги) цінності клієнтської бази та цінності бренда включаючи формування навичок критичного аналізу та відбору показників, авління;
- 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.



ОБЛІК І ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ ЗА МІЖНАРОДНИМИ СТАНДАРТАМИ

Особливий дар бачити за цифрами складний світ економіки у її взаємозв'язках і гармонії

Мета дисципліни — набуття студентами теоретичних знань щодо базових положень Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку (МСБО) та фінансової звітності (МСФЗ), оволодіння практичними навичками щодо використання облікових методів та процедур, пов'язаних із складанням та поданням фінансових звітів.

Завдання дисципліни:

- *теоретичне освоєння особливості розкриття принципів і методів складання фінансової звітності за міжнародними стандартами;*
- *набуття практичних навичок щодо формування вмінь застосовувати відповідні методи і прийоми для підготовки інформації, необхідної менеджерам для прийняття рішень.*
- *формування практичних навичок в відповідних формах фінансової звітності, обґрунтуванні конкретного методу оцінки активів чи зобов'язань та їх вплив на прибуток компанії.*

Стислий зміст:

Сутність міжнародних стандартів фінансової звітності та основні процедури їх впровадження; склад і структура фінансових звітів та основні вимоги до їх подання; додаткові розкриття інформації у фінансових звітах; визнання, оцінка та розкриття інформації про активи підприємства у фінансових звітах; особливості визнання, оцінки та розкриття інформації про зобов'язання підприємства; вимоги щодо визнання, оцінки та розкриття інформації про доходи і витрати підприємства; визнання, оцінка та відображення у фінансовій звітності інвестора інвестицій у спільно контрольовані активи, операції та підприємства; методика відображення у фінансовій звітності впливу зміни валютних курсів та цінових змін; перехід на міжнародні стандарти фінансової звітності.

УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Якщо не маєте конкурентних переваг, не конкуруйте
Jack Welch



Метою дисципліни - формування цілісної уяви про систему управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства; оволодіння культурою сучасного економічного мислення; оволодіння методологічними підходами до оцінки та аналізу рівня міжнародної конкурентоспроможності товару, підприємства, регіону, країни; формування у студентів умінь і навичок використання здобутих знань у практиці управління конкурентоспроможністю підприємства на світовому ринку.

Завдання дисципліни:

- вивчення теоретико-методологічних підходів до дослідження міжнародної конкурентоспроможності.
- аналіз системних підходів до визначення факторів міжнародної конкурентоспроможності підприємства.
- оцінка системи управління конкурентоспроможністю продукції (послуг) та її складових.

Стислий зміст:

Методологія оцінки міжнародної конкурентоспроможності підприємства. Галузеві та секторальні детермінанти формування конкурентоспроможності суб'єктів міжнародних економічних відносин. Регіональні та локальні виміри міжнародної конкурентоспроможності. Кластери у системі формування міжнародної конкурентоспроможності підприємств. Національні моделі управління міжнародною конкурентоспроможністю. Теоретичні моделі та практика транснаціоналізації бізнесу.



МІЖНАРОДНІ СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Є лише одна стратегія зростання: старанно працювати
William Hague

Мета дисципліни — вивчення сутності і тенденцій глобалізації та інтернаціоналізації світової економіки, категоріального апарату, еволюції ролі держави у сучасному ринковому господарстві; вміння аналізувати та оцінювати середовище формування сучасних стратегій економічного розвитку і перспективних макроекономічних політик; знати моделі, фактори та рушійні сили економічного зростання, особливості національних стратегій промислово розвинених країн і країн з перехідною економікою; вміти оцінювати та прогнозувати міжнародні механізми сучасної регуляторно-координаційної політики у контексті інтересів країн з перехідною економікою, зокрема і України; використовувати здобуті знання для розуміння інтеграційних факторів розвитку України та реалізації стратегії економічного зростання інноваційного типу.

Завдання дисципліни:

- теоретичне освоєння сучасних глобалізаційних процесів як базис геополітичних та гео економічних стратегій.
- набуття практичних навичок щодо особливостей сталого економічного розвитку в умовах глобальної економічної системи;
- здобуття практичних навичок щодо освоєння економічних стратегій та стратегічних програм розвитку в умовах формування глобальної економічної системи.

Стислий зміст:

Економічні стратегії: сутність, види, суб'єкти та об'єкти. Сучасні глобалізаційні процеси як базис геополітичних та гео економічних стратегій. Економічні стратегії та стратегічні програми розвитку в умовах формування глобальної економічної системи. Стратегія сталого економічного розвитку в умовах глобальної економічної системи. Особливості національних стратегій економічного розвитку країн-лідерів. Стратегія економічного зростання Європейського Союзу. Стратегії економічного розвитку країн з перехідною економікою. Стратегії економічного розвитку країн, що розвиваються. Глобалізація та стратегія економічного розвитку України. щодо виконання робіт та надання послуг.

МІЖНАРОДНИЙ MICE ТУРИЗМ



Мета дисципліни - формування системного мислення та комплексу спеціальних знань, умінь та компетенцій щодо управління міжнародними діловими заходами в туризмі

Стислий зміст:

Сутність та складові MICE туризму. Еволюція розвитку MICE туризму. Класифікація MICE туризму. Міжнародні організації з MICE туризму. Міжнародна статистика MICE туризм. Стан та тенденції розвитку ринку MICE туризму в Україні. Особливості обслуговування MICE туристів. Інфраструктура MICE туризму. Сутність та особливості організації інсентив-турів. Організація проведення виставкових заходів. Планування участі у виставкових заходах. Характеристика ділових заходів. Види розсадження учасників ділових заходів. Номенклатура устаткування та інвентарю для проведення ділових заходів.



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 своєю частю, 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.

ТЕХНОЛОГІЇ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

Digital
Marketing

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

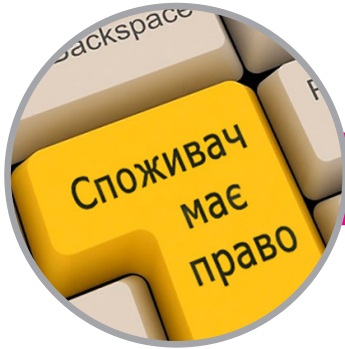
Мета дисципліни – формування у студентів знань та вмінь управління Luxury сервісом в готелях, організації іманентних характеристик Luxury сервісу в готелях, ознайомитись з правилами організації господарських та виробничо-побутових приміщень у готелі. Набуття навичок реалізації сервісних-процесів у Luxury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



КОНСЮМЕРСЬКЕ ПРАВО

У людини вкладена потреба щастя, отже, вона законна

Мета дисципліни полягає в оволодінні студентами основних понять та складових системи споживчого права, набуті 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.

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.

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; сформувати 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.



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.



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;
- 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 досягненні успіху, психологія прийняття рішення в складній ситуації.

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.

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.