



Міжнародний гуманітарний університет  
Факультет менеджменту, готельно-ресторанної справи та туризму  
Кафедра готельно-ресторанного та туристичного бізнесу

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Управління дистрибуцією послуг

Галузь знань  
Спеціальність  
Назва освітньої програми  
Рівень вищої освіти

24 «Сфера обслуговування»  
241 «Готельно-ресторанна справа»  
Готельно-ресторанна справа  
перший (бакалаврський) рівень

<b>Розробники і викладачі</b> <i>(вказуються розробники і викладачі, які викладають дисципліну - посада, наук. ступінь, вчене звання, П.І.Б.)</i>	<b>Контактний тел.</b>	<b>E-mail</b>
доцент кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу, к.т.н. <b>Харенко Дмитро Олександрович</b>	0980150980	kharenko1980@gmail.com
професор кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу, д.е.н., доцент <b>Ольга КАЛАМАН</b> Керуюча готелем «Ribas Duke Boutique Hotel» <b>Тетяна ЗАГНІТНА</b>	093-501-09-66  0975555071	<a href="mailto:kalaman.olga@gmail.com">kalaman.olga@gmail.com</a>  tatyana-zagnitna@gmail.com

**1. АНОТАЦІЯ ДО КУРСУ**

Дисципліна «Управління дистрибуцією послуг» займає одне з ключових місць у освітньому плані підготовки. Вона дає можливість сформувати у майбутніх фахівців професійного світогляду на управління каналами збуту та системою дистрибуції послуг підприємств, розвинути системне управлінське мислення з урахуванням галузевої специфіки та особливостей праці в готельному і ресторанному бізнесі.

**Метою** вивчення дисципліни «Управління дистрибуцією послуг» є формування системи теоретичних знань, практичних умінь і навичок використання моделей управління дистрибуцією послуг, аналітичних технологій формування каналів дистрибуції послуг щодо оптимізації та максимізації продажів готельних та ресторанних послуг різним сегментам споживачів, організації ефективної взаємодії зі стейхолдерами

ринку готельних та ресторанних послуг.

## **2. ОЧІКУВАНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ, ЯКІ ПЛАНУЄТЬСЯ СФОРМУВАТИ ТА ДОСЯГНЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ**

У процесі реалізації програми дисципліни «Управління дистрибуцією послуг» формуються наступні компетентності із передбачених освітньою програмою:

### **Інтегральна компетентність**

Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми діяльності суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу, що передбачає застосування теорій та методів системи наук, які формують концепції гостинності і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

### **Загальні компетентності (ЗК):**

**ЗК 03.** Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

### **Спеціальні (фахові) компетентності:**

**СК 02.** Здатність організовувати сервісно-виробничий процес з урахуванням вимог і потреб споживачів та забезпечувати його ефективність.

**СК 04.** Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії.

**СК 06.** Здатність проектувати технологічний процес виробництва продукції і послуг та сервісний процес реалізації основних і додаткових послуг у підприємствах (закладах) готельно-ресторанного та рекреаційного господарства

**СК 07.** Здатність розробляти нові послуги (продукцію) з використанням інноваційних технологій виробництва та обслуговування споживачів.

**СК 08** Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання готельних та ресторанних послуг для різних сегментів споживачів

**СК 11.** Здатність виявляти, визначати й оцінювати ознаки, властивості і показники якості продукції та послуг, що впливають на рівень забезпечення вимог споживачів у сфері гостинності;

Навчальна дисципліна «Управління дистрибуцією послуг» господарства забезпечує досягнення програмних результатів навчання (РН), передбачених освітньою програмою:

**РН 04.** Аналізувати сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності та рекреаційного господарства.

**РН 07.** Організовувати процес обслуговування споживачів готельних та ресторанних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.

**РН 13.** Визначати та формувати організаційну структуру підрозділів, координувати їх діяльність, визначати їх завдання та штатний розклад, вимоги до кваліфікації персоналу.

**РН 18.** Презентувати власні проекти і розробки, аргументувати свої пропозиції щодо розвитку бізнесу.

### **Заплановані результати навчання за навчальною дисципліною**

#### **Знання:**

- розуміти співвідношення і взаємозв'язок функцій менеджменту в управлінських системах дистрибуції послуг суб'єктів готельного та

ресторанного бізнесу;

- поняття та завдання системи дистрибуції, концепцію організації системи дистрибуції;
- мету управління дистрибуцією послуг у готельному та ресторанному бізнесі;
- принципи проектування організаційних структур управління дистрибуцією послуг;
- стратегічні, тактичні та операційні цілі формування каналів дистрибуції послуг;
- поняття, види та призначення технологій дистрибуції готельних та ресторанних послуг;
- теоретичні основи Lead management, логістичного менеджменту взаємовідносин, менеджменту персоналу у системі дистрибуції послуг;
- економічний вектор інтеграції стейкхолдерів ринку готельних та ресторанних послуг щодо дистрибуції послуг;
- сутність, методи, критерії оцінювання професійних компетентностей персоналу у системі дистрибуції послуг.

**Уміння:**

- виявляти проблеми в управлінні дистрибуцією послуг суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу;
- проектувати організаційні структури управління дистрибуцією послуг різних типів;
- визначати та застосовувати технології дистрибуції послуг;
- аналізувати елементи Lead-менеджменту;
- встановлювати причинно-наслідкові зв'язки елементів логістичного менеджменту щодо впливу на ефективність дистрибуції послуг;
- формувати інформаційне середовище в системі управління дистрибуцією послуг через концепцію CRM;
- використовувати принципи побудови ефективної системи управління персоналом в системі дистрибуції послуг;
- володіти методиками формування портфолію працівника відділу (департаменту) дистрибуції послуг;
- володіти методиками професійного відбору персоналу відділу (департаменту) дистрибуції послуг;
- розподіляти обов'язки, повноваження та відповідальність серед персоналу у системі дистрибуції послуг і здійснювати їх контроль;
- володіти методами оцінювання персоналу у системі дистрибуції послуг: за діловими якостями, за складністю виконуваних функцій, за результатами та цілями діяльності;
- розробляти завдання для професійного розвитку персоналу.

**Навички:**

Розробка та використання моделей управління дистрибуцією послуг, формування каналів дистрибуції послуг щодо оптимізації та максимізації продажів готельних та ресторанних послуг різним сегментам споживачів, організації ефективної взаємодії зі стейкхолдерами ринку готельних та ресторанних послуг.

### 3. ОБСЯГ ТА ОЗНАКИ КУРСУ

Загалом		Вид заняття (денне відділення / заочне відділення)			Ознаки курсу		
ЄКТС	годин	Лекційні заняття	Практичні заняття	Самостійна робота	Курс, (рік навчання)	Семестр	Обов'язкова / вибіркова

6	180	30	30	120	4	7(8)	Вибіркова
---	-----	----	----	-----	---	------	-----------

#### 4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин							
	денна форма				Заочна форма			
	усього	у тому числі			усього	у тому числі		
		лекц.	практ	сам.		лекц.	практ	сам.
Тема 1. Основи управління дистрибуцією послуг	18	4	4	10	18	2	2	14
Тема 2. Особливості дистрибуції та маркетингу в сфері послуг	18	4	4	10	18	2	2	14
Тема 3. Моделі поведінки споживачів сфери послуг	18	2	2	14	18			18
Тема 4. Формування лояльних стосунків із клієнтами.	18	2	2	14	18			18
Тема 5. Проектування системи управління дистрибуцією послуг	18	4	4	10	18	2	2	14
Тема 6. Проектування організаційних структур управління дистрибуцією послуг	18	2	2	14	18			18
Тема 7. Формування каналів дистрибуції послуг	18	2	2	14	18			18
Тема 8. Технології дистрибуції послуг	18	2	2	14	18			18
Тема 9. Lead-management у системі управління дистрибуцією послуг	18	4	4	10	18	2	2	14
Тема 10. Логістичний менеджмент та інтеграційні процеси у системі дистрибуції послуг	18	4	4	10	18	2	2	14
<b>Усього годин</b>	180	30	30	120	180	10	10	160
<b>ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ - ЕКЗАМЕН</b>								

#### 5. ТЕХНІЧНЕ Й ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ / ОБЛАДНАННЯ

Студенти отримують теми та питання курсу, основну і додаткову літературу, рекомендації, завдання та оцінки за їх виконання як традиційним шляхом, так і з використанням університетської платформи он-лайн навчання на базі Moodle та онлайн ресурсів Zoom, Google Classroom та Google Meet. Практичні навички у пошуку та аналізу інформації за курсом, з оформлення індивідуальних завдань, тощо, студенти отримують, користуючись університетськими комп'ютерними класами та бібліотекою. В процесі навчання використовуються: комп'ютерний клас, комп'ютери – 15 шт. Проектор EPSON EB-X9, проекційний стаціонарний екран. Ноутбук ASUS E509D AMD Ryzen 3 3200U with Radeon Vega Mobile Gfx 2,60 GHz / WiFi - 2019 р. ASUS n3050i-c/ Intel(R) Celeron(R) CPU N3050 1.60 GHz. Програмне забезпечення: Linux ubuntu, Libreoffice, Blender, Autodesk Homestyler, Planner 5D, Remplanner, SmartDraw, GOOGLE ANALYTICS, CANVA, Google SketchUp, Figma. Доступ до Інтернету.

## 6. ПИТАННЯ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
1	<b>Тема 1. Основи управління дистрибуцією послуг</b> Сутність управління дистрибуцією послуг. Поняття та завдання системи дистрибуції, концепція організації системи дистрибуції. Управління дистрибуцією послуг як підсистема продажів в системі управління суб'єктом готельного та ресторанного бізнесу. Функції управління дистрибуцією послуг в готельному та ресторанному бізнесі: як управляючої системою; як спеціальної сфери продажів послуг. Підсистеми управління дистрибуцією послуг: маркетингова операційна, інвестиційна. Принципи управління дистрибуцією послуг: адаптивності, функціональності, комплексності.	4	2
2	<b>Тема 2. Особливості дистрибуції та маркетингу в сфері послуг</b> Механізм формування дистрибуції послуг в готельному та ресторанному бізнесі. Особливість системи дистрибуції в готельному та ресторанному бізнесі. Об'єкт та суб'єкт управління дистрибуцією послуг. Вили систем дистрибуції послуг: пряма (direct distribution system - DDS), непрямая та багаторівнева (multilevel distribution system – MDS). Організаційно-правові форми систем дистрибуції послуг за рівнем формалізації відносин. Класифікація дистрибуції послуг за каналами розподілу, за взаємодією зі споживачами, за типами розподілу, за географічною ознакою.	4	2
3	<b>Тема 3. Моделі поведінки споживачів сфери послуг.</b> Наукові школи маркетингу послуг. Моделі маркетингу послуг. Модель Дж. Ратмела. Модель П. Ейгліс і Е. Ланггарда ". Модель К. Грьонроса. Модель М.Д. Бітнер. Модель Ф. Котлера. Модель К. Лавлока.	2	
4	<b>Тема 4. Формування лояльних стосунків із клієнтами.</b> Особливості та етапи поведінки споживачів сфери послуг. Поняття лояльності споживачів. Моделі поведінки споживачів послуг. Модель "Простота - складність оцінки". Модель розривів (модель якості послуг). Модель "Прийнятний – бажаний рівень якості послуг". Зона терпимості. Модель "Сприйняття – задоволення". Управління ключовими контактами в сфері послуг. Формування лояльних стосунків зі споживачем у сфері послуг.	2	
5	<b>Тема 5. Проектування системи управління дистрибуцією послуг.</b> Проектування системи управління дистрибуцією послуг через елементи управлінської діяльності. Проектування відділу (департаменту) продажів. Проектування системи регулярного менеджменту в системі управління дистрибуцією послуг.	4	2

6	<p><b>Тема 6. Проектування організаційних структур управління дистрибуцією послуг</b>          Типи організаційних структур управління дистрибуцією послуг: характеристика, відмінності, спільні риси та призначення. Мета проектування організаційних структур управління дистрибуцією послуг. Проектування територіальної (регіональної) структури управління дистрибуцією послуг. Географічний принцип проектування: переваги та недоліки для готельного та ресторанного бізнесу. Проектування продуктової організаційної структури управління дистрибуцією послуг. Переваги та недоліки для готельного та ресторанного бізнесу.</p>	2	
7	<p><b>Тема 7. Формування каналів дистрибуції послуг</b>          Бізнес комунікації у формуванні каналів дистрибуції послуг. Сутність та призначення брифінгів у готельному і ресторанному бізнесі щодо дистрибуції послуг. Особливості рекламних кампаній для формування каналів дистрибуції послуг на ринку готельних та ресторанных послуг. Аналіз рекламної кампанії. Генерація потоку вхідних запитів клієнтів, правильна його побудова та контроль ефективності витрат на рекламу. Пошук клієнтів. Створення індивідуального стандарту пошуку клієнтів. Стандарти та шаблони першого контакту з потенційним клієнтом (телефонний дзвінок, соціальні мережі, месенджери).</p>	2	
8	<p><b>Тема 8. Технології дистрибуції послуг</b>          Поняття, види та призначення технологій дистрибуції готельних та ресторанных послуг. Модель формування системи дистрибуції послуг. Організація рухів потоків інформації від готелю (ресторану) до споживача через групи розподілу даних. Технологія «call tracking». Характеристика, переваги та недоліки щодо застосування в готельному та ресторанному бізнесі. Ресурс Meta Search Engine як базис формування комунікаційних платформ між учасниками ринку готельних та ресторанных послуг. Інструменти розповсюдження потоків інформації про суб'єкт готельного та ресторанного бізнесу, їх роль у просуванні інформації на різних сегментах ринків. Внутрішня система управління готелю (Property Management Systems – PMS) в системі дистрибуції послуг. Робочі модулі, потенційні можливості до формування, накопичення та зберігання інформації щодо дистрибуції послуг. Характеристика основних ресурсів інструментів розповсюдження готельних та ресторанных послуг.</p>	2	
9	<p><b>Тема 9. Lead-management у системі управління дистрибуцією послуг</b>          Сутність Lead management як сукупності систем і практик залучення нових потенційних споживачів готельних та ресторанных послуг. Lead Generation Management у формуванні каналів дистрибуції послуг. Методи Lead. management в системі дистрибуції послуг (особиста взаємодія менеджера, Інтернет ресурси, розсилання). Lead conversion та Lead генерації як елементи Lead-менеджменту. Створення (генерація)</p>	4	2
	<p>інтересу або запиту потенційних споживачів до готельних та ресторанных послуг. Цілі генерації Lead. Генерація споживчих Lead на основі демографічних критеріїв, кредитоспроможності, доходів, віку, індексу ринкової концентрації. Генерація цільових Lead. Розробка стандарту Lead генерації для готелю та ресторану. «10 правил» Lead генерації. Визначення ємності ринків Lead за обсягом цільової аудиторії. Потенційні можливості отримання доходу в різних ринкових нішах. Ефективність управлінських рішень відносно Lead генерації. Фактори успіху Lead генерації в готельному та ресторанному бізнесі</p>		

<b>10</b>	<b>Тема 10. Логістичний менеджмент та інтеграційні процеси у системі дистрибуції послуг</b> Логістичний менеджмент у системі менеджменту готелю та ресторану. Логістичний менеджмент в системі управління дистрибуцією послуг. Управління внутрішньою логістичною системою суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу. Завдання та призначення функціональних сфер логістичного менеджменту в системі управління дистрибуцією послуг. Логістичний сервіс в системі управління дистрибуцією послуг. Моделі логістичного менеджменту суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу. Особливості логістичного логістичного менеджменту у системі дистрибуції послуг кейтерингових компаній. Інформаційна логістика у системі у системі дистрибуції послуг. Ринок логістичних послуг у сфері готельного та ресторанного бізнесу. Дистрибуторсько-логістичні компанії у сфері готельного та ресторанного бізнесу. Мультинаціональні дистрибуторсько-логістичні компанії на ринку готельних та ресторанних послуг.	4	2
	<b>Всього</b>	<b>30</b>	<b>10</b>

### 7. САМОСТІЙНА РОБОТА

До самостійної роботи студентів щодо вивчення дисципліни включаються:

1. Знайомство з науковою та навчальною літературою відповідно зазначених у програмі тем.
2. Опрацювання лекційного матеріалу.
3. Підготовка до практичних занять.
4. Консультації з викладачем протягом семестру.
5. Самостійне опрацювання окремих питань навчальної дисципліни.
6. Підготовка та виконання індивідуальних завдань у вигляді есе, рефератів тощо.
7. Підготовка до підсумкового контролю.

Тематика та питання до самостійної підготовки та індивідуальних завдань: згідно до теми заняття студент готує реферат (доповідь або презентацію).

### 8. ВИДИ ТА МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Робоча програма навчальної дисципліни передбачає наступні види та методи контролю:

Види контролю	Складові оцінювання
поточний контроль – опитування, тестування, контрольні роботи	<b>50%</b>
підсумковий контроль - екзамен	<b>50%</b>
<b>Методи діагностики знань (контролю)</b>	фронтальне опитування; наукова доповідь, реферати, усне повідомлення, індивідуальне опитування; робота у групах; практичні завдання, екзамен

## Питання до екзамену

1. Сутність управління дистрибуцією послуг.
2. Поняття та завдання системи дистрибуції, концепція організації системи дистрибуції.
3. Управління дистрибуцією послуг як підсистема продажів в системі управління суб'єктом готельного та ресторанного бізнесу.
4. Функції управління дистрибуцією послуг в готельному та ресторанному бізнесі: як управляючої системою; як спеціальної сфери продажів послуг.
5. Підсистеми управління дистрибуцією послуг: маркетингова операційна, інвестиційна.
6. Принципи управління дистрибуцією послуг: адаптивності, функціональності, комплексності.
7. Механізм формування дистрибуції послуг в готельному та ресторанному бізнесі.
8. Особливість системи дистрибуції в готельному та ресторанному бізнесі.
9. Об'єкт та суб'єкт управління дистрибуцією послуг.
10. Види систем дистрибуції послуг: пряма (direct distribution system - DDS), непряма та багаторівнева (multilevel distribution system – MDS).
11. Організаційно-правові форми систем дистрибуції послуг за рівнем формалізації відносин.
12. Класифікація дистрибуції послуг за каналами розподілу, за взаємодією зі споживачами, за типами розподілу, за географічною ознакою.
13. Особливості дистрибуції та маркетингу в сфері послуг
14. Моделі поведінки споживачів сфери послуг.
15. Формування лояльних стосунків із клієнтами.
16. Проектування системи управління дистрибуцією послуг
17. Проектування організаційних структур управління дистрибуцією послуг
18. Формування каналів дистрибуції послуг
19. Технології дистрибуції послуг
20. Поняття, види та призначення технологій дистрибуції готельних та ресторанних послуг. Модель формування системи дистрибуції послуг.
21. Організація рухів потоків інформації від готелю (ресторану) до споживача через групи розподілу даних.
22. Технологія «call tracking».
23. Характеристика, переваги та недоліки щодо застосування в готельному та ресторанному бізнесі.
24. Ресурс Meta Search Engine як базис формування комунікаційних платформ між учасниками ринку готельних та ресторанних послуг.
25. Інструменти розповсюдження потоків інформації про суб'єкт готельного та ресторанного бізнесу, їх роль у просуванні інформації на різних сегментах ринків.
26. Lead-management у системі управління дистрибуцією послуг
27. Розробка стандарту Lead генерації для готелю та ресторану. Визначення ємності ринків Lead за обсягом цільової аудиторії.
28. Потенційні можливості отримання доходу в різних ринкових нішах.
29. Ефективність управлінських рішень відносно Lead генерації.
30. Логістичний менеджмент у системі дистрибуції послуг
31. Логістичний менеджмент у системі менеджменту готелю та ресторану.



32. Управління внутрішньою логістичною системою суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.
33. Завдання та призначення функціональних сфер логістичного менеджменту в системі управління дистрибуцією послуг.
34. Логістичний сервіс в системі управління дистрибуцією послуг.
35. Моделі логістичного менеджменту суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу.
36. Особливості логістичного менеджменту у системі дистрибуції послуг кейтерингових компаній.
37. Інформаційна логістика у системі у системі дистрибуції послуг.
38. Ринок логістичних послуг у сфері готельного та ресторанного бізнесу.
39. Дистрибуторсько-логістичні компанії у сфері готельного та ресторанного бізнесу. Мультинаціональні дистрибуторсько-логістичні компанії на ринку готельних та ресторанних послуг.
40. Менеджмент взаємовідносин у системі управління дистрибуцією послуг
41. Характеристика CRM як стратегії створення механізмів взаємодії з клієнтами.
42. Мета впровадження CRM-стратегії в систему управління дистрибуції готельних та ресторанних послуг
43. Характеристика CRM як аналітичного інструмента формування консолідованої клієнтської бази.
44. Функціональні особливості CRM
45. Менеджмент персоналу у системі управління дистрибуцією послуг
46. Роль персоналу у досягненні цілей дистрибуції послуг.
47. Розробка та реалізація кадрової політики у концептуальних кадрових документах.
48. HR-теорія та HR-практика суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.
49. Performance Management у системі дистрибуції послуг.
50. Поняття та особливості outstaffing, crowdstaffing у готельно-ресторанному бізнесі.

**9. ОЦІНЮВАННЯ ПОТОЧНОЇ, САМОСТІЙНОЇ ТА ІНДИВІДУАЛЬНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ  
З ПІДСУМКОВИМ КОНТРОЛЕМ У ФОРМІ ЕКЗАМЕНУ/ ЗАЛІКУ**

<b>Денна форма навчання</b>			
<i>Поточний контроль</i>			
<b>Види роботи</b>	<b>Планові терміни виконання</b>	<b>Форми контролю та звітності</b>	<b>Максимальний відсоток оцінювання</b>
<b>Систематичність і активність роботи на семінарських (практичних) заняттях</b>			
1.1. Підготовка до практичних занять	Відповідно до робочої програми та розкладу занять	Перевірка обсягу та якості засвоєного матеріалу під час практичних занять	<b>25</b>
<b>Виконання завдань для самостійного опрацювання</b>			
1.2. Підготовка програмного матеріалу (тем, питань), що виносяться на самостійне вивчення	-//-	Розгляд відповідного матеріалу під час аудиторних занять або ІКР <sup>1</sup> , перевірка конспектів навчальних текстів тощо	<b>10</b>
<b>Виконання індивідуальних завдань (науково-дослідна робота студента)</b>			
1.3. Підготовка реферату (есе) за заданою тематикою	Відповідно до розкладу занять і графіку ІКР	Обговорення (захист) матеріалів реферату (есе)	<b>10</b>
1.4. Інші види індивідуальних завдань, в т.ч. підготовка наукових публікацій, участь у роботі круглих столів, конференцій тощо.	-//-	Обговорення результатів проведеної роботи під час аудиторних занять або ІКР, наукових конференцій та круглих столів.	<b>5</b>
<b>Разом балів за поточний контроль</b>			<b>50</b>
<b>Підсумковий контроль екзамен / залік</b>			<b>50</b>
<b>Всього балів</b>			<b>100</b>

<b>Заочна форма навчання</b>			
<i>Поточний контроль</i>			
<b>Види самостійної роботи</b>	<b>Планові терміни виконання</b>	<b>Форми контролю та звітності</b>	<b>Максимальний відсоток оцінювання</b>
<b>Систематичність і активність роботи під час аудиторних занять</b>			

<sup>1</sup> Індивідуально-консультативна робота викладача зі студентами

1.1. Підготовка до аудиторних занять	Відповідно до розкладу	Перевірка обсягу та якості засвоєного матеріалу під час аудиторних занять	<b>15</b>
<b>За виконання контрольних робіт (завдань)</b>			
1.2. Підготовка контрольних робіт	-//-	Перевірка контрольних робіт (завдань)	<b>15</b>
<b>Виконання завдань для самостійного опрацювання</b>			
1.3. Підготовка програмного матеріалу (тем, питань), що виноситься на самостійне вивчення	-//-	Розгляд відповідного матеріалу під час аудиторних занять або ІКР <sup>2</sup> , перевірка конспектів навчальних текстів тощо	<b>10</b>
<b>Виконання індивідуальних завдань (науково-дослідна робота студента)</b>			
2.1. Підготовка реферату (есе) за заданою тематикою	Відповідно до графіку ІКР	Обговорення (захист) матеріалів реферату (есе) під час ІКР	<b>5</b>
2.3. Інші види індивідуальних завдань, в т.ч. підготовка наукових публікацій, участь у роботі круглих столів, конференцій тощо.	-//-	Обговорення результатів проведеної роботи під час ІКР, наукових конференцій та круглих столів.	<b>5</b>
<b>Разом балів за поточний контроль</b>			<b>50</b>
<b>Підсумковий контроль екзамен</b>			<b>50</b>
<b>Всього балів підсумкової оцінки</b>			<b>100</b>

## 10. КРИТЕРІЇ ПІДСУМКОВОЇ ОЦІНКИ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ (для екзамену)

Рівень знань оцінюється:

- «відмінно» / «зараховано» А - від 90 до 100 балів. Студент виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно знаходити та опрацьовувати необхідну інформацію, демонструє знання матеріалу, проводить узагальнення і висновки. Був присутній на лекціях та семінарських заняттях, під час яких давав вичерпні, обґрунтовані, теоретично і практично правильні відповіді, має конспект з виконаними завданнями до самостійної роботи, презентував реферат (есе) за заданою тематикою, проявляє активність і творчість у науково-дослідній роботі;

- «добре» / «зараховано» В - від 82 до 89 балів. Студент володіє знаннями матеріалу, але допускає незначні помилки у формуванні термінів, категорій, проте за допомогою викладача швидко орієнтується і знаходить правильні відповіді. Був присутній на лекціях та семінарських заняттях, має конспект з виконаними завданнями до самостійної роботи, презентував реферат (есе) за заданою тематикою, проявляє активність і творчість у науково-дослідній роботі;

- «добре» / «зараховано» С - від 74 до 81 балів. Студент відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння

<sup>2</sup> Індивідуально-консультативна робота викладача зі студентами

основних положень, з допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, але дає недостатньо обґрунтовані, невичерпні відповіді, допускає помилки. При цьому враховується наявність конспекту з виконаними завданнями до самостійної роботи, реферату та активність у науково-дослідній роботі;

- «задовільно» / «зараховано» D - від 64 до 73 балів. Студент був присутній не на всіх лекціях та семінарських заняттях, володіє навчальним матеріалом на середньому рівні, допускає помилки, серед яких є значна кількість суттєвих. При цьому враховується наявність конспекту з виконаними завданнями до самостійної роботи, рефератів (есе);

- «задовільно» / «зараховано» E - від 60 до 63 балів. Студент був присутній не на всіх лекціях та семінарських заняттях, володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні, на всі запитання дає необґрунтовані, невичерпні відповіді, допускає помилки, має неповний конспект з завданнями до самостійної роботи.

- «незадовільно з можливістю повторного складання» / «не зараховано» Fx – від 35 до 59 балів. Студент володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу.

- «незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни» / «не зараховано» F – від 0 до 34 балів. Студент не володіє навчальним матеріалом.

**Таблиця відповідності результатів контролю знань за різними шкалами**

100-бальною шкалою	Шкала за ECTS	За національною шкалою	
		екзамен	залік
90-100 (10-12)	A	Відмінно	зараховано
82-89 (8-9)	B	Добре	
74-81(6-7)	C	Задовільно	
64-73 (5)	D		
60-63 (4)	E		
35-59 (3)	Fx	незадовільно	не зараховано
1-34 (2)	F		

## 11. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### Основна:

1. Олесь Піщак, Іван Даниленко, Асан Бекіров, Дмитро Горлін. Книга Аудит продажу. Дистрибуція. Київ. Саміт-книга. 2020. 165с.
2. Kalaman O., Volodina O., Mandrikin D. Innovation development strategy formation of the modern enterprise. Економіка харчової промисловості. 2018. № 2, Т. 10. 75 – 82с.
3. Kalaman O., Savenko I., Dolynska O. Conceptual positions of enterprise strategy functioning. Економіка харчової промисловості. 2019. № 3 (11). 50-58с.

### Допоміжна:

1. Каламан О. Б. The genesis and the modern paradigm of strategic enterprise management. Збірник наукових праць Національного університету кораблебудування ім. Адмірала Макарова. 2019. № 50. 17 – 24с.
2. Мазаракі А.А., Шаповал С.Л., Мельниченко С.В. та ін. НоReCa : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.: у 3-х т. т.2 : Ресторани / за ред. А.А. Мазаракі. – Київ : КНТЕУ, 2017. – 311 с.
3. Мельниченко С.В. Управління бізнес-процесами в туризмі: монографія/ С.В. Мельниченко, К.А. Шеєнкова. – Київ : КНТЕУ, 2015. – 263 с.

### **Нормативно-правові акти:**

1. Конституція України (із змінами та доповненнями) // Відомості Верховної Ради. - 1996. - № 30. ст.141.
2. Господарський кодекс України (із змінами та доповненнями) // Відомості Верховної Ради України. - 2003. - № 18, № 19-20, № 21-22, ст.144.
3. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» від 02.03.2015, ВВР, 2015, N 23, ст.158.
4. Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо харчових продуктів» від 22.07.2016 № 1602-VII. (запровадження системи аналізу небезпечних факторів та контролю у критичних точках - HACCP).
7. ДСТУ 4527:2006 Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення.
9. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація. – К.: Держспоживстандарт України, 2004.
12. ДСТУ ISO 9004:2012 Управління задля досягнення сталого успіху організації. Підхід на основі управління якістю (ISO 9004:2009, IDT)
13. ДСТУ ISO 10001:2013 Управління якістю. Задоволеність замовників. Настанови щодо кодексів поведінки для організацій (ISO 10001:2007, IDT)
16. ДСТУ ISO 10018:201\_ Управління якістю. Настанови щодо залучення персоналу та його компетентності (ISO 10018:2012, IDT) (проект)
17. Про затвердження Порядку надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) - № 297 від 15.03.2006-08-02.

### **Інтернет-ресурси:**

1. Дистрибуція туристичних послуг. URL: [https://pidru4niki.com/15410104/turizm/distributsiya\\_turistichnih\\_poslug](https://pidru4niki.com/15410104/turizm/distributsiya_turistichnih_poslug) (дата звернення 22.07.2022)
2. Особливості поведінки споживачів на споживчому ринку та ринку організацій-споживачів. URL: <https://buklib.net/books/23506> (дата звернення 11.07.2022)
3. Планування дистрибуції. URL: [https://stud.com.ua/53498/logistika/planuvannya\\_distributsiyi](https://stud.com.ua/53498/logistika/planuvannya_distributsiyi) (дата звернення 01.07.2022)
4. Логістика дистрибуції. URL: <https://textbook.com.ua/logistika/1473450845/s-8> (дата звернення 07.07.2022)