

## СИЛАБУС

з дисципліни «Ціноутворення туристичної фірми»  
на отримання ступеню вищої освіти «бакалавр» за спеціальністю 242«Туризм»  
Державний біотехнологічний університет

**Обсяг курсу** – 4 кредити (ECTS): 30 годин лекції, 30 годин – семінарські заняття, 60 годин – самостійна робота, диф. залік.

**Викладач курсу** – Мерчанський Володимир Вікторович, к.е.н., доцент кафедри туризму

### ОПИС КУРСУ

**Пререквізити** (базові знання необхідні для успішного опанування компетентностями). Базові знання з дисциплін: «Економічна теорія», «Економіка туристичної фірми», «Організація та планування туристичної діяльності», «Маркетинг у туризмі».

**Постреквізити.** Продовжують вивчення даного предмету наступні дисципліни: «Туроперейтинг», «Оцінка діяльності підприємств туристичної галузі».

**Коротка анотація дисципліни** (загальна характеристика, особливості, переваги). Курс «Ціноутворення туристичної фірми» посідає одне з ключових місць у професійно-орієнтованих дисциплін програми підготовки бакалаврів з туризму. Дисципліна націлена на формування необхідних теоретичних знань у сфері ціноутворення та практичних навичок щодо розрахунку обґрунтованих цін на туристичний продукт, що дозволить забезпечити ефективну господарську діяльність туристичної фірми та набуття ними переваг у ринковій цінovій конкуренції.

**Вивчення даної дисципліни дає можливість здобувачу вищої освіти:**

**знати:**

- предмет, завдання та методи ціноутворення в туризмі;
- особливості ціноутворення на різних видах ринків;
- складові ціни і фактори, що впливають на неї;
- методи контролю і регулювання цін з боку держави;

**вміти:**

- користуватися спеціальною і науково-методичною літературою;
- розраховувати ціну на туристичний продукт різними методами;
- розраховувати еластичність попиту за ціною на туристичний продукт;
- визначати поведінку туристичних підприємств, споживачів в умовах конкуренції.

**Мета та основні задачі дисципліни.**

**Мета курсу** є формування у студентів знань та сучасних поглядів на сутність і роль цінovої політики у діяльності підприємств туристичної галузі, забезпечення їх дохідності і прибутковості, досягнення ними стратегічних цілей.

**Предметом вивчення** навчальної дисципліни «Ціноутворення туристичної фірми» є процеси та методи формування ціни на товарні продукти та послуги.

**Основними завданнями**, що мають бути вирішені в процесі викладання курсу, є:

- ознайомлення з функціями, структурою та класифікацією цін;
- використання ціноутворення в комерційній діяльності туристичної фірми;
- дослідження цінovої політики туристичної фірми;
- вивчення ролі держави у процесах ціноутворення;
- вивчення ролі витрат та інших фінансових показників при ціноутворенні;
- оволодіння підходами та методами ціноутворення в галузі туристичної індустрії.

**Компетентність, що забезпечує.**

*Загальні компетентності:*

ЗК 04. Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу;

ЗК 06. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

*Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:*

ФК 01. Знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності;

ФК 02. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;

ФК 04. Здатність аналізувати діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління;

ФК 06. Розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного);

ФК 07. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту;

ФК 08. Розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем;

ФК 16. Здатність працювати з документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктами туристичного бізнесу.

*Програмні результати:*

ПРН 1. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів;

ПРН 7. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт;

ПРН 10. Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна);

ПРН 21. Приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності.

## **Структура курсу**

### **Змістовий модуль 1. «Основи ціни та ціноутворення».**

#### **Лекції:**

Тема 1. Соціально-економічна сутність ціни.

Тема 2. Туристичний продукт, як об'єкт ціноутворення.

Тема 3. Принципи і фактори ціноутворення в туризмі, класифікація цін.

Тема 4. Попит і пропозиція туристичного продукту як основа формування ціни.

Тема 5. Конкуренція та її форми. Особливості формування цін за умов конкуренції.

#### **Практичні заняття:**

Тема 1. Соціально-економічна сутність ціни.

Тема 2. Туристичний продукт, як об'єкт ціноутворення.

Тема 3. Принципи і фактори ціноутворення в туризмі, класифікація цін.

Тема 4. Попит і пропозиція туристичного продукту як основа формування ціни.

Тема 5. Конкуренція та її форми. Особливості формування цін за умов конкуренції.

### **Змістовий модуль 2. Управління та регулювання ціни та ціноутворення**

Тема 6. Маркетингова діяльність туристичного підприємства та формування цін.

Тема 7. Методи визначення ціни туристичного продукту.

Тема 8. Цінові ризики та їх вплив на формування цін.

Тема 9. Інфляційні процеси та їх вплив на формування ціни на туристичний продукт.

Тема 10. Державне регулювання ціноутворення в Україні.

### **Практичні заняття:**

Тема 6. Маркетингова діяльність туристичного підприємства та формування цін.

Тема 7. Методи визначення ціни туристичного продукту.

Тема 8. Цінові ризики та їх вплив на формування цін.

Тема 9. Інфляційні процеси та їх вплив на формування ціни на туристичний продукт.

Тема 10. Державне регулювання ціноутворення в Україні.

**Система оцінювання** – оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням: модуль 1 – 25 % семестрової оцінки; модуль 2 – 25 % семестрової оцінки; екзамен – 50 % семестрової оцінки.

### **Інформаційні ресурси**

1. Про ціни і ціноутворення [Електронний ресурс]: закон України від 21.06.2012 № 5007-VI ; станом на 24.06.2015 / Верховна Рада України. - Електрон. текст. дан. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5007-17>.

2. Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції в підприємницькій діяльності [Електронний ресурс] : закон України від 18.02.1992 № 2132-XII / Верховна Рада України. - Електрон. текст. дан. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2132-12>.

3. Про підприємництво [Електронний ресурс] : закон України від 07.02.1991 № 698-XII / Верховна Рада України. - Електрон. текст. дан. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/698-12>.

4. Господарський кодекс України / Верховна Рада України. – Голос України : № 18, № 19-20, № 21-22. / Верховна Рада України. – 2003. – 144 с

5. Кареба М. І. Ціни та ціноутворення: опорний конспект лекцій для здобувачів вищої освіти ступеня «бакалавр» спеціальності 073 «Менеджмент» денної та заочної форми навчання / М. І. Кареба — Миколаїв: МДАУ, 2017. — 100 с.

6. Косташук В.І. Економіка і ціноутворення в галузі туризму : навч. посібник / В.І. Косташук. – Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2012. – 140 с.

7. Пінішко В. С. Ціни і ціноутворення: навч. посіб. / В. С. Пінішко, О. С. Рудницька, О.І. Юсипович - Л.: Вид-во ЛКА, 2013. – 192 с.

8. Пінішко В.С. Ціни і ціноутворення: навч. посіб. / В.С. Пінішко; – Львів: «Інтелект-Захід», 2006. – 632 с.

9. Шкварчук Л.О. Ціноутворення: Підручник. – К.: Кондор. – 2008. - 460 с.