

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
з організації практичних та самостійних робіт студентів
з дисципліни
«Конкурентоспроможність та інновації в туризмі»

для студентів спеціальності 242 Туризм
денної та заочної форм навчання

Запоріжжя
2021

Методичні вказівки з організації практичних та самостійних робіт студентів з дисципліни «Конкурентоспроможність та інновації в туризмі» для студентів спеціальності 242 «Туризм» денної та заочної форм навчання / Укл.: Т.В. Шелемєтьєва. – Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2021. – 47 с.

Укладач: Т.В. Шелемєтьєва, д.е.н., професор

Рецензент: В.М. Зайцева, к.п.н., професор

Відповідальний за випуск: Т.В. Шелемєтьєва

Затверджено
на засіданні кафедри
«Туристичного, ресторанного
та готельного бізнесу»

Протокол № 11 від 09.06.2021

НМК факультету
Протокол № 3
від «14» 06 2021 р.

ЗМІСТ

Вступ	4
Мета та завдання навчальної дисципліни	4
Зміст дисципліни за модулями	8
План практичних занять з дисципліни	9
«Конкурентоспроможність та інновації в туризмі»	
Індивідуальні завдання (тематика рефератів) з дисципліни	
«Конкурентоспроможність та інновації в туризмі»	23
Питання для самостійної роботи студентів (тести)	27
Завдання для контрольних робіт для студентів заочного відділення з дисципліни «Конкурентоспроможність та інновації в туризмі»	35
Контрольні питання з дисципліни «Конкурентоспроможність та інновації в туризмі»	38
Література для підготовки до практичних занять та виконання самостійної роботи	39
Розподіл балів, які отримують студенти	41

ВСТУП

На сучасному етапі розвитку суспільства, сфера туризму є однією з галузей світового господарства, яка найбільш динамічно розвивається. Функціонування туристичних підприємств відбувається в умовах постійної конкуренції, що вимагає підвищеної уваги до оцінювання власної конкурентоспроможності та управління нею. В таких умовах особливого значення набувають інноваційні технології, які використовуються в туристичній сфері, адже вони допомагають прискорити процес впровадження досягнень науки та техніки в практику роботи підприємств туристичної та готельно-ресторанної індустрії, що є надзвичайно важливим.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є оцінювання та управління конкурентоспроможністю туристичних підприємств, теоретичні основи інновацій в туризмі, запровадження інноваційного туристичного продукту й використання інноваційних технологій в його формуванні та обслуговуванні туристів.

Програма вивчення навчальної дисципліни – «Конкурентоспроможність та інновації в туризмі» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки магістрів галузі знань 24 «Сфера обслуговування» спеціальність 242 «Туризм».

Мета: формування та поглиблення теоретичних знань, оволодіння сучасним методичним інструментарієм, практичними навичками з ефективного управління конкурентоспроможністю туристичних підприємств та основними напрямками розвитку інноваційної діяльності в туризмі в Україні та за кордоном, сутністю інноваційного процесу і його етапами, а також в застосуванні нових технічних засобів і технологій в туристичних фірмах.

Завдання: Методичні – опанувати теоретичні основи конкурентоспроможності як однією зі складових загальної системи управління підприємством,

Пізнавальні – сформувати фундамент забезпечення конкурентоспроможності туристичного підприємства; розробляти цілі і завдання інноваційної діяльності в туризмі.

Практичні – оцінювати конкурентоспроможність та ефективність інновацій в туризмі; навчати студентів інноваційним підходам до застосування нових технічних засобів і технологій в туристичних фірмах.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен отримати

загальні компетентності:

Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу у вітчизняному сегменті світової туристичної галузі.

Здатність діяти на основі етичних та нормативно-правових норм, що регулюють відносини людини з людиною, із суспільством і з навколишнім середовищем.

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

Здатність до використання методологічного апарату наукових досліджень для вирішення теоретичних та прикладних завдань, що постають перед фахівцями туристичної галузі.

Здатність визначити наявність бізнес-проблеми, аналізувати та вирішувати її, вести пошук альтернатив та обґрунтовувати управлінські рішення з забезпеченням їх правомірності.

Здатність працювати на рівні глобального, міжнародного, національного, регіонального професійного середовища.

фахові компетентності:

Здатність забезпечувати ефективну сервісну, комерційну, виробничу, маркетингову, економічну діяльність суб'єктів туристичного бізнесу.

Здатність координувати та регулювати взаємовідносини з партнерами та споживачами.

Здатність розробляти антикризові програми корпорацій, ТНК у туристичній сфері, суб'єктів туристичного бізнесу.

Очікувані програмні результати навчання:

Розробляти і приймати ефективні рішення з питань розвитку суб'єктів туристичного бізнесу, враховуючи цілі, ресурси, обмеження та ризики, забезпечувати їх реалізацію, аналізувати і порівнювати альтернативи, оцінювати ризики та імовірні наслідки їх впливу.

Вільно спілкуватись усно і письмово українською та англійською мовами при обговоренні професійних питань, досліджень та інновацій в сфері туристичного бізнесу.

Розробляти, впроваджувати та застосовувати сучасні методи оцінювання ефективності впровадження інновацій в туристичного бізнесі.

Оцінювати нові ринкові можливості, формулювати бізнес-ідеї та

розробляти маркетингові заходи з за невизначених умов і вимог, що потребують застосування нових підходів, методів та інструментарію соціально-економічних досліджень.

Відшукувати необхідні дані в науковій літературі, базах даних та інших джерелах, аналізувати та оцінювати ці дані, систематизувати й упорядковувати інформацію для вирішення комплексних задач професійної діяльності.

Досліджувати моделі розвитку міжнародних та національних туристичних корпорацій.

Ініціювати, розробляти та управляти проектами розвитку суб'єктів туристичного бізнесу із врахуванням інформаційного, матеріального, фінансового та кадрового забезпечення.

Відповідати за формування ефективної кадрової політики суб'єктів туристичного бізнесу, організаційні комунікації, розвиток професійного знання, оцінювання стратегічного розвитку команди, підбір та мотивування персоналу на ефективне вирішення професійних завдань.

Здійснювати дослідження та/або провадити інноваційну діяльність з метою отримання нових знань та створення нових технологій та видів послуг (продукції) в сфері туристичного бізнесу та в ширших мультидисциплінарних контекстах.

Формулювати і перевіряти гіпотези, ідентифікувати наукові проблеми, обирати методики та аналітичний інструментарій їх дослідження, аналізувати результати, обґрунтовувати висновки.

Удосконалення навчального процесу передбачає підвищення ролі самостійної роботи.

З цією метою дещо скорочується обов'язкове аудиторне навантаження і вивільняється час для самостійної діяльності студентів.

Самостійна робота – органічна частина навчального процесу. Вона допомагає глибоко засвоїти матеріал, закріпити знання, поглибити вміння та навички в пізнавальній діяльності, творчо мислити; виховує організованість і дисциплінованість, активність та ініціативу, настирливість у досягненні мети; сприяє виробленню власних прийомів і методів пізнання, вчить раціонально організовувати та контролювати робочий час.

Однією з форм самостійної роботи є **підготовка до практичних занять**, завдання яких полягає в тому, щоб закріпити і поглибити

знання, навчити творчо працювати з літературою, виробити вміння аналізувати процеси і події, розвивати здатність до самостійних суджень, висловлювати і відстоювати свої погляди, навчити готувати реферати, повідомлення з окремих питань, виступати з ними на заняттях.

Виконання **домашнього завдання** можливе у вигляді реферату або усної доповіді на практичному занятті.

Реферат – це короткий виклад у письмовому вигляді або у формі доповіді змісту наукової праці, літератури по темі.

Підготовка рефератів – засіб оволодіння методикою і навичками роботи з літературою, використання загальних теоретичних і методологічних положень в ході аналізу певних процесів, явищ, подій, уміння пов'язати матеріал і реальність, обґрунтувати свої висновки. Разом з тим реферат – одна з форм перевірки знань студентів.

Вимоги до оформлення рефератів та контрольних робіт

Реферат або контрольна робота виконуються на одному боці аркуша білого паперу формату А 4 (210 x 297 мм). Текст розташовується через півтора міжрядкових інтервали до тридцяти рядків на сторінці у текстовому редакторі Word шрифтом Times New Roman, 14 кеглем. Допускається розміщувати таблиці та інші ілюстративні матеріали.

Текст реферату або контрольної роботи розміщується на аркуші з дотриманням таких розмірів берегів: з лівого боку – 30 мм, з правого – 10 мм, зверху та знизу – 20 мм. Абзаци в тексті потрібно починати з відступу, що дорівнює 5-и знакам (1,25). Відступи мають бути однаковими впродовж всього тексту. Виділення фрагментів тексту реферату або контрольної роботи **жирним шрифтом** або *курсивом* не дозволяється.

ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ ЗА МОДУЛЯМИ

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 1. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ В ТУРИЗМІ

Тема 1. Сучасні теорії конкуренції.

Сутнісна характеристика поняття «конкуренція». Трансформація економічних концепцій конкуренції. Функції та види конкуренції. Форми та засоби цінової і нецінової конкуренції.

Тема 2. Діагностика конкурентного середовища туристичного підприємства.

Сутність конкурентного середовища та його складові. Методика діагностики конкурентного середовища підприємства. Оцінювання конкурентних сил та визначення типу ринку. Оцінювання інтенсивності конкуренції та ступеня монополізації ринку. Аналіз конкурентних позицій підприємства на ринку. Побудова конкурентної карти ринку, виявлення стратегічних положень підприємства.

Тема 3. Формування, методи та технологія забезпечення конкурентних переваг підприємства.

Визначення конкурентної переваги підприємства та її особливостей. Види конкурентних переваг підприємства. Напрями забезпечення конкурентних переваг підприємства. Характеристика методів забезпечення конкурентних переваг підприємства. Сутнісна характеристика технології забезпечення конкурентних переваг підприємства. Принципові основи технології забезпечення конкурентних переваг підприємства.

Тема 4. Конкурентоспроможність туристичної дестинації.

Сутність і зміст конкуренції та конкурентних переваг у туризмі. Концептуальні основи конкурентоспроможності туристичних дестинацій. Методи оцінювання конкурентоспроможності та привабливості туристичних дестинацій. Напрями підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій.

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 2. ІННОВАЦІЇ В ТУРИЗМІ.

Тема 5. Поняття інновацій, їх класифікація, інноваційний процес.

Види інновацій і їх класифікація. Традиції та інновації. Інноваційний менеджмент: виникнення, становлення і основні риси. Понятійний апарат інноваційного менеджменту: нововведення (новація), інновації та їх життєвий цикл, інноваційний лаг і процес, інноваційна інфраструктура. Інноваційний менеджмент – управління інноваційним процесом. Форми інноваційного менеджменту. Розробка програм і проєктів нововведень. Впровадження нововведень – запорука успіху в конкурентній боротьбі в сучасних умовах.

Тема 6. Організація інноваційної діяльності в туризмі

Інформаційні інноваційні технології в процесах туристичного обслуговування. Інноваційні проєкти в туризмі. Інноваційні види туризму. Інноваційні туристичні продукти. Маркетингові інновації в туризмі.

Тема 7. Оцінка ефективності інновацій в туризмі.

Поняття оцінки ефективності інноваційних проєктів. Показники ефективності: комерційна, бюджетна і економічна ефективність інвестиційних проєктів і ін. Критерії оцінки інвестиційного проєкту: цілі організації, стратегія, політика, цінності; фінансові критерії; науково-технічні критерії; виробничі критерії; зовнішні і екологічні критерії. Фактори невизначеності та ризику, їх облік при виборі проєкту. Методи вибору оптимальної альтернативи інвестиційного проєкту для реалізації: метод чистого дисконтованого доходу; метод індексу прибутковості; метод внутрішньої норми прибутковості; метод терміну окупності; метод переліку критеріїв; бальний метод і ін.

ПЛАН ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ З ДИСЦИПЛІНИ «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ІННОВАЦІЇ В ТУРИЗМІ»

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 1

ТЕМА 1. СУЧАСНІ ТЕОРІЇ КОНКУРЕНЦІЇ.

ПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ (підготувати стислу відповідь на три запитання):

1. У чому суть поняття «конкуренція»?
2. Які невід’ємні ознаки конкуренції?
3. Назвіть поширені в економічній літературі означення конкуренції.
4. Охарактеризуйте поняття конкуренції, використовуючи загальнонаукові трактування.
5. Наведіть визначення конкуренції у трактуванні Закону України «Про захист економічної конкуренції».
6. Назвіть економічні теорії, завдяки яким сформовано сутність поняття конкуренції.
7. У якій теорії вперше визначено конкуренцію як механізм, що сприяє вирішенню проблеми економічної результативності та є рушійною силою прогресу?
8. У працях якого вченого конкуренція розглядається як прояв ефективного використання конкурентних переваг підприємством?
9. За якої теорії конкуренція розпочинається на етапах проектування нових потреб суспільства?
10. Перелічіть функції конкуренції на ринку.
11. Охарактеризуйте сутність алокаційної функції конкуренції.
12. Яка функція конкуренції реалізується в середовищі як індивідуальних споживачів, так і продуктивних?
13. Завдяки якій функції конкуренції не допускається монополістичне панування окремих підприємств на ринку?
14. Перелічіть критерії, за якими розрізняють окремі види конкуренції.
15. Вкажіть види конкуренції, які залежать від характеру продавця. Охарактеризуйте їх.
16. Перелічіть види конкуренції за ступенем інтенсивності.
17. Охарактеризуйте форми конкуренції та наведіть приклади.
18. Назвіть форми цінової та нецінової конкуренцій.

Охарактеризуйте їх.

19.Перелічіть засоби, які використовують в умовах цінової та нецінової конкуренцій.

20.Назвіть позитивні та негативні наслідки від цінової та нецінової конкуренцій.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 2

ТЕМА 1. СУЧАСНІ ТЕОРІЇ КОНКУРЕНЦІЇ.

ПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ (підготувати відповідь на одне запитання у вигляді презентації, використовуючи Microsoft PowerPoint (5-7 слайдів):

1. Поняття конкуренції на галузево-секторальному рівні.
2. Дослідження сучасних проявів конкуренції лауреатами Нобелівської премії.
3. Взаємообумовленість конкуренції та конкурентоспроможності підприємства.
4. Життєво важливі інтереси підприємств на мікро-, мезо-, макро- і мегарівнях конкуренції.
5. Конкурентні переваги підприємств за умов цінової та нецінової конкуренцій.
6. Інституціональне середовище і його вплив на конкуренцію.
7. Компаративний аналіз поняття конкуренції та розвитку малого бізнесу.
8. Взаємозалежність конкуренції та конкурентоспроможності підприємства.
9. Диференціація видів конкуренції на мікро- та секторальному рівнях.
10. Використання адаптаційних засобів у межах цінової та нецінової конкуренцій.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 3

ТЕМА 2. ДІАГНОСТИКА КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА.

ПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ (підготувати відповідь на три запитання):

1. У чому полягає суть поняття «конкурентне середовище»?
2. Назвіть характерні ознаки конкурентного середовища.

3. Які виокремлюють види конкурентного середовища щодо об'єкта торгівлі?

4. Перелічіть види конкурентного середовища за територіальною ознакою.

5. Охарактеризуйте види конкурентного середовища щодо моделей конкуренції на ринку.

6. Назвіть галузеві особливості формування конкурентного середовища.

7. За рахунок яких конкурентних сил відбувається формування мезорівня конкурентного середовища?

8. У чому полягає суть діагностики конкурентного середовища?

9. Назвіть форми діагностики конкурентного середовища підприємства.

10. Перелічіть етапи діагностики конкурентного середовища підприємства.

11. Які завдання діагностики конкурентного середовища підприємства?

12. На основі якої моделі проводиться оцінювання конкурентних сил та визначення типу ринку?

13. Яким чином розраховують коефіцієнт загального впливу конкурентного середовища на діяльність підприємства?

14. Перелічіть показники інтенсивності конкурентного середовища підприємства.

15. За якими показниками проводиться оцінювання ступеня монополізації ринку? Охарактеризуйте їх.

16. Які потрібно враховувати принцип порівнянності, аналізуючи ринкову частку конкурента?

17. Які розраховують показники при аналізі конкурентних позицій підприємства на ринку?

18. Назвіть завершальний етап діагностики конкурентного середовища підприємства.

19. На основі яких показників відбувається побудова конкурентної карти ринку?

20. Яким показником можна скористатись за умови рівності ринкових часток для ранжування підприємств?

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 4

ТЕМА 2. ДІАГНОСТИКА КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА.

ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ

Завдання 1

За даними таблиці 1-3 оцінити рівень монополізації ринку, розрахувавши коефіцієнт концентрації (фіксована кількість найбільших підприємств дорівнює 4), індекс Герфіндаля-Гіршмана, індекс Розенблюта (Холла-Тайдмана), коефіцієнт відносної концентрації.

Таблиця 1 – Обсяг реалізованої продукції підприємствами-конкурентами на ринку

Підприємства-конкуренти	Обсяг реалізованої продукції, млн грн
1	55,5
2	39,1
3	77,1
4	91,3
5	29,8
6	50,1
7	19,5
8	15,9
9	12,2
10	51,0
11	33,1
12	41,7

Зробити висновки.

Завдання 2

Таблиця 2 – Рейтинг туроператорів на 2017 рік за кількістю обслуговуваних туристів

Назва туроператора	Кількість туристів, осіб
ТОВ «Join UP!»	703 388
ТОВ Туристична компанія «Anex Tour»	453 801
ТОВ «Professional Group (TPG)»	240 728
ТОВ «TEZ Tour»	233 710
ТОВ «Coral Travel»	199 805
ТОВ «TUI Ukraine»	139 199

ТОВ «Pegas Touristik»	83 826
ТОВ «Танго тревел»	24 952
ТОВ «ГТО»	22 273
ПРАТ «Універсальне агентство з продажу авіаперевезень»	17 036

Зробити висновки.

Завдання 3

Таблиця 3 – Рейтинг туроператорів за 2018 р. за кількістю обслуговуваних туристів

Назва туроператора	Кількість туристів, осіб
ТОВ «Join UP!»	902 600
ТОВ Туристична компанія «Anex Tour»	515 582
ТОВ «АККОРД-ТУР»	297 744
ТОВ «TEZ Tour»	284 956
ТОВ «Coral Travel»	243 729
ТОВ «ТТБК»	230 462
ТОВ «Professional Group (TPG)»	229 484
ТОВ «Pegas Touristik»	115 887
ТОВ «ГТО»	66 400
ПАТ «ОБРІЙ ІНК.»	41 576

Зробити висновки.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 5

ТЕМА 3. ФОРМУВАННЯ, МЕТОДИ ТА ТЕХНОЛОГІЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА.

ПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ (підготувати стислу відповідь відповідь на три запитання):

1. Охарактеризуйте суть поняття «конкурентна перевага підприємства».

2. Які особливості конкурентної переваги підприємства?

3. Яким критеріям повинна відповідати конкурентна перевага підприємства?

4. Наведіть класифікаційні ознаки та види конкурентних переваг підприємства.

5. Які конкурентні переваги підприємства виокремлюють за

джерелами створення та стійкістю до копіювання? Охарактеризуйте їх.

6. За якими етапами проводиться оцінювання формування конкурентних переваг підприємства?

7. Перелічіть показники оцінювання формування конкурентних переваг підприємства.

8. Обґрунтуйте сутність технології забезпечення конкурентних переваг підприємства.

9. Які виокремлюють властивості технології забезпечення конкурентних переваг підприємства? Охарактеризуйте їх.

10. Які використовують підходи до визначення технології забезпечення конкурентних переваг підприємства?

11. За якими етапами і процедурами реалізується технологія забезпечення конкурентних переваг підприємства? Охарактеризуйте їх.

12. Назвіть принципи формування і розвитку технології забезпечення конкурентних переваг підприємства.

13. Які функції та підфункції властиві системі забезпечення конкурентних переваг підприємства?

14. Перелічіть показники оцінювання інвестиційно-економічного забезпечення конкурентних переваг підприємства.

15. Обґрунтуйте сутність конкурентоспроможності продукції.

16. У чому суть управління конкурентоспроможністю продукції?

17. Перелічіть фактори, критерії, чинники конкурентоспроможності продукції. Охарактеризуйте їх.

18. Які методи використовують для оцінювання конкурентоспроможності продукції?

19. Перелічіть показники оцінювання конкурентоспроможності продукції.

20. Охарактеризуйте комплексні показники конкурентоспроможності продукції.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 6

ТЕМА 3. ФОРМУВАННЯ, МЕТОДИ ТА ТЕХНОЛОГІЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА.

Завдання

Визначити рівень конкурентоспроможності продукції застосувавши методику оцінювання такого рівня за співвідношенням цін на аналогічні товари підприємств-конкурентів. Дані для розрахунків наведені в таблиці 4.

Таблиця 4 – Ціни на продукцію підприємств-конкурентів

Продукція	Ціни з ПДВ грн			
	Підприємство 1	Підприємство 2	Підприємство 3	Підприємство 4
А	3 780	4 378	3 994	5 304
Б	3 180	3 600	3 612	3 905
В	2 040	1 829	1 912	2 102
Г	3 120	3 485	3 582	3 018
Д	1 280	1 224	1 415	1 189

Зробити висновки.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 7

ТЕМА 4. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ.

ПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ (підготувати стислу відповідь на три запитання):

1. Розкрийте взаємозв'язок основних понять теорії конкуренції в туризмі.
2. Чи існує ієрархічна залежність конкурентоспроможності в туризмі?
3. Дайте поняття конкурентоспроможності країн у сфері туризму.
4. Назвіть принципи формування конкурентного середовища в туризмі.
5. Сутність і класифікація конкурентних переваг у туризмі.
6. Проведіть аналіз наукових досліджень, пов'язаних з конкурентоспроможністю туристичної дестинації.
7. Розкрийте сутність критеріїв концептуальної моделі конкурентоздатності туристичної дестинації (Ritchie & Crouch 2003).
8. Види конкурентоспроможності туристичних дестинацій.

9. В чому сутність концепції конкурентних переваг націй, висунутої М. Портером?

10. Фактори конкурентоспроможності destinations.

11. Конкурентні переваги туристичних destinations. Етапи управління конкурентними перевагами.

12. Яким чином конкурентоспроможність destinations залежить від життєвого циклу?

13. Оцінювання конкурентоспроможності на макrorівні (на рівні країн).

14. Оцінювання конкурентоспроможності на мезорівні (на рівні destinations).

15. Оцінювання ефективності управління конкурентоспроможністю туристичної destinations на рівні регіону.

16. Розкрийте сутність привабливості туристичної destinations як найважливішого параметра конкурентоспроможності.

17. Поясніть взаємозв'язок між привабливістю туристичної destinations та економікою destinations.

18. Напрями підвищення конкурентоспроможності туристичної destinations.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 8

ТЕМА 4. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ.

ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ

Завдання 1. Використовуючи статистичні матеріали UNWTO, проаналізуйте зміни показників прямого і непрямого внеску туризму в економіку країн «великої двадцятки» за останні 5 років. Дайте короткий аналіз динаміки показників вкладу туризму в економіку.

Завдання 2. Використовуючи дані Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ), проаналізуйте зміну рейтингів та індексів конкурентоспроможності секторів подорожей і туризму по країнах за 5 останніх років. Зробіть висновки.

Завдання 3. Виберіть туристичну destinations, сформулюйте основні показники для оцінювання туристичної привабливості, задайте вагові коефіцієнти і розрахуйте її індекс привабливості. Сформулюйте основні напрями підвищення привабливості аналізованої туристичної destinations.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 9
ТЕМА 5. ПОНЯТТЯ ІННОВАЦІЙ, ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ,
ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОЦЕС.

ПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ (підготувати відповідь на три запитання):

1. Розкрийте зміст поняття «інновація».
2. Які відмінності поняття «нововведення (новація)» від поняття «нововведення (інновація)»? 3. За якими ознаками розрізняються інновації? Наведіть приклади.
4. Який зміст інноваційного процесу?
5. Наведіть відмінності інноваційного циклу від життєвого циклу інновацій.
6. У чому полягає інноваційна діяльність?
7. Що стимулює інноваційну діяльність в туризмі?
8. У чому полягали причини виникнення підприємництва, сутність підприємницької діяльності.
9. Що є характерним для розвитку підприємництва?
10. Яка структура «великих циклів економічної кон'юнктури» Н. Д. Кондратьєва?
11. Перерахуйте основні принципи теорії інноваційних процесів Й. Шумпетера.
12. Назвіть основні особливості технологічних укладів розвитку. Як вони впливають на розвиток туризму?
13. Який зв'язок підприємництва з інноваціями?
14. Як впливають процеси глобалізації економіки на розвиток туристичної діяльності?
15. Охарактеризуйте стратегічні альянси як форми ділового партнерства.
16. Як впливають нововведення в політичній, економічній і соціальних сферах на інноваційні процеси в туризмі?
17. У чому полягає системний підхід до просування туристичного продукту на ринок?
18. Що таке електронний бізнес?
19. Яка роль Всесвітньої туристичної організації у впровадженні нововведень у туризм?
20. Охарактеризуйте допоміжний рахунок туризму (ДРТ) як метод оцінки ролі туризму в економіці країни.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 10

ТЕМА 5. ПОНЯТТЯ ІННОВАЦІЙ, ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ, ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОЦЕС.

ПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ (підготувати відповідь на одне запитання у вигляді презентації, використовуючи Microsoft PowerPoint (5-7 слайдів)):

1. Інноваційна діяльність в туризмі.
2. Інноваційні процеси в просуванні і комерціалізації сучасного туристичного продукту.
3. Інновації в управлінні туристичними підприємствами.
4. Вплив політичної, економічної і соціальної сфер на інноваційні процеси в туризмі.
5. Принципи гармонійного розвитку туристичного бізнесу.
6. Система державного регулювання інноваційної діяльності.
7. Регулювання інноваційної діяльності в технологічно-розвинених країнах світу.
8. Поняття, розвиток і застосування інформаційних технологій у туризмі.
9. Інформаційні ресурси Інтернет в туристичній діяльності.
10. Геоінформаційні технології в туризмі.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 11

ТЕМА 6. ОРГАНІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТУРИЗМІ

ПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ (підготувати відповідь на одне питання у вигляді презентації, використовуючи Microsoft PowerPoint (5-7 слайдів)):

1. Розвиток і застосування інформаційних технологій в туризмі.
2. Програмно-технічний модуль «Інформаційний термінал».
3. Глобальні розподільні системи (GDS). Автоматизація туристичного офісу.
4. Віртуалізація інформаційного забезпечення туриста. Віртуальні подорожі.
5. Автоматизовані системи бронювання і резервування в туризмі.
6. Створення нововведень та їх впровадження.
7. Класифікація підприємств за типом інноваційної поведінки.
8. Інноваційна діяльність в туристичних компаніях.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 12

ТЕМА 6. ОРГАНІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТУРИЗМІ

ПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ (підготувати стисло відповідь на три запитання):

1. Назвіть інноваційні цілі компанії та засоби їх досягнення.
2. Охарактеризуйте динамічне моделювання бізнесу.
3. Хто зацікавлений у проведенні інновацій? Дайте характеристику зовнішніх і внутрішніх зацікавлених осіб.
4. Перерахуйте основні нелінійні механізми, що впливають на інноваційні процеси.
5. Як «петлі взаємного посилення» впливають на розвиток туризму?
6. Шляхи залучення співробітників компанії до участі в інноваційних процесах.
7. Управління знаннями як новий напрям у схемі керівництва компаніями.
8. Комплексний підхід до планування впроваджень нововведень в компанії.
9. Назвіть способи створення нововведень. Використання латерального маркетингу в туристичній діяльності.
10. Дайте характеристику компаній по типу інноваційної поведінки.
11. Якими характерними рисами відрізняється інноваційна діяльність в туристичній компанії?
12. Яка класифікація екстремального туризму по видах?
13. Які мотиви і цілі учасників екстремальних турів?
14. Охарактеризуйте основні види повітряного екстремального туризму.
15. Які основні види водного екстремального туризму?

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 13

ТЕМА 6. ОРГАНІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТУРИЗМІ

ПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ (підготувати відповідь на одне запитання у вигляді презентації, використовуючи Microsoft PowerPoint (5-7 слайдів)):

1. Інновації в управлінні туристичними підприємствами.

2. Нові форми управління в туризмі: управління за контрактом, ділове партнерство, синдиціювання, корпоратизація, мережі та консорціуми, альянси.

3. Моніторинг інновацій як основа цілеспрямованого новаторства.

4. Джерела інноваційних можливостей та формування інноваційної політики.

5. Цілі і принципи діагностування інноваційного потенціалу туристичного підприємства.

6. Методика діагностування інноваційного потенціалу туристської організації.

7. Розробка основних напрямів діагностики потенціалу туристської організації.

8. Динамічне моделювання туристичного бізнесу.

9. Управління інноваціями.

10. Управління знаннями.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 14

ТЕМА 7. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙ В ТУРИЗМІ.

ПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ (підготувати відповідь на одне питання у вигляді презентації, використовуючи Microsoft PowerPoint (5-7 слайдів)):

1. Особливість підходів до оцінювання ефективності інновацій в туризмі.

2. Основні показники оцінювання економічної ефективності інновацій в туризмі (інноваційних проектів) у вітчизняній практиці.

3. Соціально-політичний ефект. Сутність, особливості.

4. Економічний ефект. Сутність, особливості.

5. Екологічний ефект. Сутність, особливості.

6. Науково-технічний ефект. Сутність, особливості.

7. Етнічно-культурний ефект. Сутність, особливості.

8. Практика використання в туризмі методу відбору інноваційних проектів за допомогою переліку критеріїв.

9. Практика використання в туризмі статистичних методів оцінювання економічної ефективності інноваційних проектів.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 15

ТЕМА 7. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙ В ТУРИЗМІ.

ПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ (підготувати стислу відповідь на три запитання):

1. Які показники використовують для визначення ефективності інвестицій?
2. Що таке дисконтування?
3. Як визначити теперішню вартість майбутніх грошей?
4. Як визначається внутрішня норма доходності інвестиційного проекту?
5. Економічний зміст показника чистої приведеної вартості капіталу.
6. Термін окупності проекту. У чому полягає його економічна сутність? В якому разі за цим показником інвестор може вважати проект доцільним?
7. Якщо вибрати кращий за прибутковістю проект з кількох, яким показником ефективності Ви б скористалися? Чи можна отримати різні результати, використовуючи різні показники?
8. Які кількісній мірі має відповідати показник чистої приведеної вартості проекту для його позитивної оцінки інвестором?
9. Поняття «ризик інвестиційного проекту».
10. Відмінність між систематичним і несистематичним ризиками.
11. Що означає непевність і ризик? Основні їх види.
12. Методи аналізу ризиків. Хто і як має здійснювати цей аналіз?
13. Які методи управління ризиками застосовують на основних фазах і етапах життєвого циклу проекту?
14. Сутність аналізу чутливості. На якому етапі проекту здійснюють аналіз чутливості?
15. Основні принципи зниження ризиків інвестування.
16. Як можна порівняти проекти за рівнем ризику?

Завдання 1. За трирічним інвестиційним проектом прогнозується загальний приведений прибуток у розмірі 400 тис. грн. (песимістичний прогноз), 450 тис. грн. (найвірогідніший прогноз) і 540 тис. грн. (оптимістичний прогноз). Визначити рівень ризику (тобто невизначеності) при прогнозуванні прибутку за даним проектом.

Завдання 2. Необхідно визначити рівень ризику інвестування

100 тис. грн. у прості акції виробничого підприємства в акціонерній формі. Інвестор сподівається на регулярне отримання поточного доходу у вигляді дивідендів. За останні 5 років на кожну з цих акцій виплачувалися такі дивіденди: 5, 3, 4, 1, 2 грн.

ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ІННОВАЦІЇ В ТУРИЗМІ»

Виконання індивідуального завдання можливе у вигляді реферату або усної доповіді на практичному занятті:

Змістовний Модуль 1

1. Теоретичні аспекти вивчення сутності конкуренції.
2. Конкуренція на ринку: функції, види, форми.
3. Конкуренція як цивілізована форма боротьби за існування на вітчизняному ринку товарів і послуг.
4. Види конкуренції та їх особливості в Україні.
5. Правові засади економічної конкуренції як об'єкта державного регулювання.
6. Засоби цінової та нецінової конкуренції у господарській діяльності підприємств.
7. Недобросовісна конкуренція у ринковій економіці.
8. Конкуренція на ринку товарів і послуг за умов наростання економічної та політичної кризи.
9. Монополія і конкуренція в господарській системі України.
10. Стратегічні пріоритети підвищення ефективності конкуренції в Україні.
11. Конкурентне середовище підприємства: умови його формування та чинники впливу.
12. Конкурентне середовище у сфері туризму.
13. Фінансово-промислові групи як суб'єкти конкурентного середовища.
14. Галузеві особливості формування конкурентного середовища у вітчизняній економіці.
15. Зміст діагностичних процесів у галузі оцінювання конкурентного середовища.
16. Концепції діагностики конкурентного середовища М. Портера.

17. Методичні підходи до діагностики конкурентного середовища туристичного підприємства.

18. Система показників для оцінювання конкурентного середовища туристичного підприємства.

19. Аналіз інтенсивності конкурентного середовища та ступеня монополізації ринку.

20. Оцінювання конкурентного статусу туристичного підприємства на ринку.

21. Особливості управління портфелем стратегічних зон господарювання туристичного підприємства на ринку.

22. Конкурентна перевага як результат реалізації підприємством ключових факторів успіху.

23. Стратегічні пріоритети забезпечення конкурентних переваг туристичного підприємства.

24. Фінансово-економічний механізм забезпечення конкурентних переваг туристичного підприємства.

25. Проблемні аспекти та перешкоди забезпечення конкурентних переваг туристичного підприємства.

26. Особливості забезпечення конкурентних переваг туристичного підприємств.

27. Конкурентні переваги туристичного підприємства як результат маркетингу.

28. Концепція п'яти конкурентних сил та її застосування при забезпеченні конкурентних переваг туристичного підприємства.

29. Шляхи та резерви забезпечення конкурентних переваг підприємства.

30. Теоретичні засади розробки технології забезпечення конкурентних переваг підприємства.

31. Мета, значення та доцільність розробки технології забезпечення конкурентних переваг суб'єктом господарювання.

32. Взаємозв'язок технології та методів забезпечення конкурентних переваг туристичного підприємства.

33. Формування моделі управління конкурентними перевагами туристичного підприємства.

34. Технології забезпечення конкурентних переваг суб'єктів малого бізнесу.

35. Інтеграція забезпечення конкурентних переваг у систему загального управління туристичним підприємством.

36. Інвестиційно-економічні стратегії забезпечення конкурентних переваг підприємства.

37. Напрями та засоби удосконалення технології забезпечення конкурентних переваг туристичного підприємства.

38. Конкурентоспроможність продукції як показник господарсько- фінансової діяльності підприємства.

39. Система управління конкурентоспроможністю продукції.

40. Методичні основи оцінювання конкурентоспроможності продукції.

41. Аналітично-розрахункові методи оцінювання конкурентоспроможності продукції.

42. Інтегральне оцінювання рівня конкурентоспроможності продукції.

43. Механізм забезпечення конкурентоспроможності туристичної продукції.

44. Чинники забезпечення конкурентоспроможності туристичної продукції.

45. Якість туристичної продукції як складова забезпечення її конкурентоспроможності.

46. Види конкурентоспроможності туристичних destinations.

47. Фактори конкурентоспроможності туристичних destinations.

48. Напрями підвищення конкурентоспроможності туристичної destinations.

49. Оцінювання ефективності управління конкурентоспроможністю туристичної destinations на рівні регіону

Змістовний Модуль 2

50. Характеристика теорій інноваційного розвитку.

51. Роль інновацій у стабілізації національної економіки.

52. Підприємницька діяльність у сфері туризму: характеристика, особливості, принципи.

53. Роль, якості підприємця в інноваційних процесах.

54. Класична класифікація інновацій (п'ять типів інновацій (за Шумпетером)).

55. Основні напрями інноваційної діяльності в туризмі.

56. Види інновацій в туризмі та їх класифікація.

57. Причини та напрями розвитку інновацій в туристичній діяльності.

58. Етапи здійснення інноваційного процесу.

59. Причини появи інновацій в туристичній діяльності.

60. Формування інноваційних проектів для вирішення найважливіших науково-технічних проблем (завдань).

61. Цілі і принципи діагностування інноваційного потенціалу туристичного підприємства.

62. Форми управління туристичними підприємствами: альянс, партнерство, синдиціювання.

63. Складові визначення ефективності напрямку інноваційного розвитку підприємства.

64. Вплив політичної, економічної і соціальної сфер на інноваційні процеси в туризмі.

65. Роль Всесвітньої туристичної організації в стимулюванні і поширенні інновацій.

66. Державна підтримка і стимулювання інноваційних процесів в Україні.

67. Державна підтримка приватним підприємствам і особам у забезпеченні сприятливих умов для науково-технологічних розробок.

68. Регулювання інноваційної діяльності в технологічно розвинених країнах світу.

69. Система державного регулювання інноваційних процесів в Україні.

70. Державна підтримка інноваційної діяльності в туризмі.

71. Розвиток і застосування інформаційних технологій в туризмі.

72. Використання інформаційних ресурсів в туристичній діяльності.

73. Призначення програмно-технічного модуля «Інформаційний термінал».

74. Глобальні розподільні системи (GDS). Автоматизація туристичного офісу.

75. Переваги впровадження в практику роботи турфірми автоматизованої інформаційної системи управління.

76. Національна інноваційна система та її формування в Україні.

77. Використання прав на інтелектуальну власність у сфері туризму.

78. Організації, що займаються маркетингом туристичного напрямку: їх цілі та завдання.

79. Вплив людського фактору на появу та впровадження інновацій у сфері туризму.

80. Характеристика міжнародної угоди про захист інтелектуальної власності (TRIPS).

81. Віртуалізація інформаційного забезпечення туриста. Віртуальні подорожі.

82. Автоматизовані системи бронювання і резервування в туризмі.

83. Віртуальні тури та віртуальні екскурсії як інноваційний продукт.

84. Переваги та недоліки різних автоматизованих систем бронювання і резервування в туризмі.

85. Ризики в інноваційній діяльності.

86. Конкуренція та її вплив на процес управління інноваціями.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ (ТЕСТИ)

1. Інновації в туристичній індустрії класифікують на:

- а) продуктові інновації;
- б) управлінські інновації;
- в) сервісні інновації;
- г) технологічні інновації;
- д) всі відповіді правильні

2. Впровадження передових методів навчання, підготовка та перепідготовка працівників туристичного бізнесу; розробка інноваційних моделей розміщення трудових ресурсів в туризмі, це - ?:

- а) продуктові інновації;
- б) управлінські інновації;
- в) сервісні інновації;
- г) технологічні інновації;

3. Нові методи реалізації маркетингового циклу в туризмі; обґрунтування нових методів і форм управління суб'єктами туристично-рекреаційної діяльності; забезпечення державного та регіонального управління туристичною індустрією, це - ?:

- а) продуктові інновації;
- б) управлінські інновації;

- в) сервісні інновації;
- г) технологічні інновації;

4. Створення нових туристичних продуктів; освоєння нових сегментів туристичного ринку; освоєння нових туристично-рекреаційних територій; залучення до туристичного сегменту нових видів ресурсів, це - ?:

- а) продуктові інновації;
- б) управлінські інновації;
- в) сервісні інновації;
- г) технологічні інновації;

5. Впровадження комп'ютерних технологій в сферу розробки маршрутів; розробка нових видів матеріально-технічного забезпечення туристичного обслуговування, покращення якості послуг, це - ?:

- а) продуктові інновації;
- б) управлінські інновації;
- в) сервісні інновації;
- г) технологічні інновації;

6. Нововведення у вигляді принципово нового або вдосконаленого продукту, яке просувається у формі товару на ринок – це?:

- а) інновація-сервіс;
- б) інновація-продукт;
- в) інновація-процес;

7. Технічне, виробниче й управлінське вдосконалення, що знижує витрати на виробництво продукту – це?:

- а) інновація-сервіс;
- б) інновація-продукт;
- в) інновація-процес;

8. Який вид інновації пов'язують з обслуговуванням процесів використання продукту за межами підприємства (програмне забезпечення комп'ютерів)?:

- а) інновація-сервіс;
- б) інновація-продукт;
- в) інновація-процес;

10. Інноваційний процес включає:

- а) нововведення;
- б) інноваційну діяльність;

- в) державну інноваційну політику;
- г) інноваційний потенціал та інноваційну сферу;
- д) інноваційну інфраструктуру та інноваційні програми;
- е) всі відповіді правильні

11. На впровадження інновацій в туризмі впливає?:

- а) економічна ситуація в країні;
- б) соціальне становище населення;
- в) національне законодавство;
- г) міждержавні та міжнародні угоди;
- д) всі відповіді правильні

12. У Законі України «Про захист економічної конкуренції»

конкуренція визначається як:

а) змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку;

б) змагання між суб'єктами господарювання, що забезпечує завдяки їх власним досягненням здобуття ними певних економічних переваг, унаслідок чого споживачі та суб'єкти господарювання отримують можливість вибору необхідного товару, і при цьому окремі суб'єкти господарювання не визначають умов реалізації товару на ринку;

в) змагальність суб'єктів господарювання, коли їх самостійні дії обмежують можливість кожного з них впливати на загальні умови реалізації товарів на ринку і стимулюють виробництво необхідної споживачеві продукції.;

г) всі відповіді правильні.

13. Боротьба за гроші покупця шляхом задоволення його потреб – це?:

- а) структурне трактування конкуренції;
- б) функціональне трактування конкуренції;
- в) трактування конкуренції з боку поведінки.

14. Аналіз структури ринку з метою визначення ступеня свободи продавця та покупця на ринку (форми ринку) і способу виходу з нього – це?:

- а) структурне трактування конкуренції;

- б) функціональне трактування конкуренції;
- в) трактування конкуренції з боку поведінки.

15. Суперництво старого з новим, з інноваціями, коли приховане стає явним – це?:

- а) структурне трактування конкуренції;
- б) функціональне трактування конкуренції;
- в) трактування конкуренції з боку поведінки.

16. Уперше конкуренцію як механізм, що сприяє вирішенню проблеми економічної результативності та є рушійною силою економічного прогресу, проаналізував?:

- а) А. Маршалл;
- б) Й. Шумпетер;
- в) А. Сміт;
- г) Т. Мен.

17. Конкуренція виконує такі функції:

- а) регулюючу, алокаційну, інноваційну, адаптаційну, розподільчу, контролюючу;
- б) регулюючу, координуючу, інноваційну, розподільчу, контролюючу;
- в) регулюючу, координуючу, інноваційну, контролюючу;
- г) регулюючу, алокаційну, інноваційну, координуючу, адаптаційну, розподільчу, контролюючу.

18. Яка функція конкуренції виявляється в тому, що в кінцевому підсумку ресурси і вироблені продукти завжди концентруються там, де можуть забезпечити максимальну віддачу?:

- а) регулююча,
- б) інноваційна;
- в) адаптаційна;
- г) алокаційна.

19. Яка функція конкуренції виявляється, загалом, у фінансуванні та стимулюванні НТП?:

- а) регулююча,
- б) інноваційна;
- в) адаптаційна;
- г) алокаційна.

20. Яка функція конкуренції характерна тим, що переважно реалізується в середовищі споживачів як індивідуальних, так і продуктивних?:

- а) регулююча,
- б) інноваційна;
- в) адаптаційна;
- г) розподільна.

21. Яка функція конкуренції виявляється насамперед у недопущенні монополістичного панування окремих великих підприємств на ринку?

- а) регулююча,
- б) інноваційна;
- в) контролююча;
- г) розподільна.

22. Назвіть види конкуренції залежно від масштабу?

- а) місцева;
- б) регіональна;
- в) національна та міжнаціональна;
- г) глобальна;
- д) всі відповіді правильні.

23. Залежно від застосовуваних дій, за рахунок яких можна обійти конкурентів виокремлюють?

- а) цінову та нецінову конкуренцію;
- б) пряму та приховану конкуренцію;
- в) гомогенну та гетерогенну конкуренцію;
- г) відкриту та закриту конкуренцію.

24. Якщо продавець повинен враховувати реакцію своїх конкурентів – це?:

- а) олігополія;
- б) монополія;
- в) поліполія;
- г) монополістична конкуренція.

25. Якщо продавець не може передбачити реакцію конкурентів і обирає ринкову ціну як еталонну – це?:

- а) олігополія;
- б) монополія;
- в) поліполія;
- г) монополістична конкуренція.

26. За територіальною ознакою виокремлюють конкуренцію?:

- а) цінову та нецінову конкуренцію;
- б) пряму та приховану конкуренцію;

- в) внутрішньогалузеву та міжгалузеву конкуренцію;
- г) відкриту та закриту конкуренцію.

27. Виокремлюють такі форми конкуренції?:

- а) функціональну, предметну та видову;
- б) предметну, результативну, ефективну;
- в) функціональну, результативну, ефективну;
- г) функціональну, результативну, видову.

28. Який вид конкуренції, проявляється у зниженні цін на товари без зміни їх якості та властивостей, порівняно з цінами на аналогічну продукцію інших підприємств-аналогів?:

- а) цінова;
- б) нецінова;
- в) олігополія;
- г) поліполія.

29. Конкурентному середовищу характерні такі риси, як:

- а) цілісність;
- б) ієрархічна структура;
- в) взаємодія, взаємозалежність;
- г) спрямованість;
- д) всі відповіді правильні.

30. Спосіб оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства з урахуванням дії зовнішніх і внутрішніх чинників, що базується на динаміці результируючих показників діяльності – це?:

- а) діагностика конкурентного середовища;
- б) методологія конкурентного середовища;
- в) аналіз конкурентного середовища;
- г) немає правильної відповіді.

31. Формами діагностики конкурентного середовища підприємства є?:

- а) аналітична діагностика;
- б) експертна діагностика;
- в) імітаційна (модельна) діагностика;
- г) всі відповіді правильні.

32. Процес встановлення конкурентного стану підприємства завдяки маркетинговій та статистичній інформації, отриманій безконтактним методом – це?:

- а) аналітична діагностика;
- б) експертна діагностика;

- в) імітаційна (модельна) діагностика;
- г) всі відповіді правильні.

33. Цілісне уявлення про рівень конкуренції, яке базується на інформації, отриманій контактними методами за допомогою проведення спеціальних експертних оцінювань і опитувань?:

- а) аналітична діагностика;
- б) експертна діагностика;
- в) імітаційна (модельна) діагностика;
- г) всі відповіді правильні.

34. Ступінь протидії конкурентів у боротьбі за споживачів і нові ринкові ніші – це?:

- а) інтенсивність конкуренції;
- б) екстенсивність конкуренції;
- в) ефективність конкуренції;
- г) немає правильної відповіді.

35. Найбільш популярним узагальнюючим показником, який враховує як чисельність підприємств, так і нерівність їх положення на ринку, характеризує рівень монополізації – є?:

- а) індекс Герфіндаля-Гіршмана;
- б) коефіцієнт концентрації;
- в) коефіцієнт Розенблюта (Холла-Тайдмана);
- г) коефіцієнт відносної концентрації.

36. Який показник інтенсивності конкурентного середовища та ступеня монополізації ринку характеризує співвідношення числа найбільших підприємств на ринку і контрольованої ними частки реалізації продукції?:

- а) індекс Герфіндаля-Гіршмана;
- б) коефіцієнт концентрації;
- в) коефіцієнт Розенблюта (Холла-Тайдмана);
- г) коефіцієнт відносної концентрації.

37. Який показник інтенсивності конкурентного середовища та ступеня монополізації ринку розраховується на основі зіставлення рангів підприємств на ринку і їх ринкових часток?:

- а) індекс Герфіндаля-Гіршмана;
- б) коефіцієнт концентрації;
- в) коефіцієнт Розенблюта (Холла-Тайдмана);
- г) коефіцієнт відносної концентрації.

38. Який показник інтенсивності конкурентного середовища та

ступеня монополізації ринку дозволяє не тільки зіставити рівні концентрації різних галузей або ринків, а й проаналізувати їх динаміку, встановити, за рахунок частки яких підприємств (великих, середніх або дрібних) передбачається перегрупування ринкової влади?:

- а) індекс Герфіндаля-Гіршмана;
- б) коефіцієнт концентрації;
- в) коефіцієнт Розенблюта (Холла-Тайдмана);
- г) коефіцієнт відносної концентрації.

39. Що не є властивістю конкурентної переваги підприємства?:

- а) мінливість;
- б) відносність;
- в) прив'язаність до конкретних умов і причин;
- г) універсальність.

40. Що не відноситься до внутрішніх конкурентних переваг підприємства?:

- а) ціна;
- б) управління;
- в) виробництво;
- г) маркетинг;
- д) фінансово-інвестиційна діяльність.

41. Що не відноситься до зовнішніх конкурентних переваг підприємства?:

- а) ціна;
- б) якість;
- в) імідж і репутація;
- г) нововведення;
- д) фінансово-інвестиційна діяльність.

43. Під час формування конкурентного середовища в туризмі керуються такими принципами:

а) динамічність і цілеспрямованість конкурентного середовища на досягнення основних цілей розвитку туризму в певному періоді;

б) інтегрованість конкурентного середовища, тобто формування єдиного конкурентного економічного та інформаційного простору в сфері туризму;

- в) врахування процесів глобалізації;
- г) орієнтація на захист прав та інтересів споживачів;

д) всі відповіді правильні.

44. За сферою впровадження інновації поділяються на?:

а) науково-технічні, організаційно-економічні, соціально-культурні та державно-правові;

б) глобальні, національні, регіональні, галузеві і локальні (на підприємстві, в компанії) інновації;

в) еволюційні і радикальні.

45. За масштабами розповсюдження розрізняють інновації?:

а) науково-технічні, організаційно-економічні, соціально-культурні та державно-правові;

б) глобальні, національні, регіональні, галузеві і локальні (на підприємстві, в компанії) інновації;

в) еволюційні і радикальні.

46. За характером розрізняють інновації?:

а) науково-технічні, організаційно-економічні, соціально-культурні та державно-правові;

б) глобальні, національні, регіональні, галузеві і локальні (на підприємстві, в компанії) інновації;

в) еволюційні і радикальні.

47. Максимальне значення цього коефіцієнта дорівнює 1 (за умов монополії), мінімальне – $1/n$ (n – число підприємств у галузі)?:

а) коефіцієнт Джіні;

б) коефіцієнт концентрації;

в) коефіцієнт Розенблюта (Холла-Тайдмана);

г) коефіцієнт відносної концентрації.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ ДЛЯ СТУДЕНТІВ ЗАОЧНОГО ВІДДІЛЕННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ІННОВАЦІЇ В ТУРИЗМІ»

Вказівки до виконання контрольної роботи

До методів контролю даної дисципліни можна віднести перевірку конспекту лекцій, перевірку тестових завдань, контрольні роботи, перевірку письмових поточних завдань, екзамен.

Відповідно до навчального плану студенти виконують контрольну роботу. Номер варіанта завдання для контрольної роботи студент визначає за останньою цифрою номера своєї залікової книжки. Наприклад, якщо остання цифра номеру залікової книжки

“3”, то студент вибирає варіант “3”.

Під час виконання роботи необхідно використовувати джерела, наведені в навчальній програмі і рекомендовані на лекціях, а також підручники та нормативні акти, що відповідають темі роботи.

Обсяг контрольної роботи не повинен перевищувати 20 сторінок формату А4. Контрольна робота повинна містити вступ, основну частину, висновки. Наприкінці роботи необхідно навести список використаної літератури, вказати дату виконання і поставити підпис.

Результати самостійної роботи доповідаються на семінарському занятті у вигляді доповіді або здаються для перевірки викладачу.

Тематика контрольних робіт (для студентів заочної форми навчання)

Варіант № 1

1. Теоретичні аспекти вивчення сутності конкуренції.
2. Система показників для оцінювання конкурентного середовища туристичного підприємства.
3. Роль інновацій у стабілізації національної економіки.

Варіант № 2

1. Конкуренція на ринку: функції, види, форми.
2. Конкурентне середовище у сфері туризму.
3. Види інновацій в туризмі та їх класифікація.

Варіант № 3

1. Види конкуренції та їх особливості в Україні.
2. Оцінювання конкурентного статусу туристичного підприємства на ринку.
3. Вплив політичної, економічної і соціальної сфер на інноваційні процеси в туризмі.

Варіант № 4

1. Якість туристичної продукції як складова забезпечення її конкурентоспроможності.
2. Роль Всесвітньої туристичної організації в стимулюванні і поширенні інновацій.
3. Глобальні розподільні системи (GDS). Автоматизація

туристичного офісу.

Варіант № 5

1. Методичні основи оцінювання конкурентоспроможності продукції.
2. Переваги та недоліки різних автоматизованих систем бронювання і резервування в туризмі.
3. Державна підтримка інноваційної діяльності в туризмі.

Варіант № 6

1. Конкурентні переваги туристичного підприємства як результат маркетингу.
2. Концепції діагностики конкурентного середовища М. Портера.
3. Розвиток і застосування інформаційних технологій в туризмі.

Варіант № 7

1. Види та фактори конкурентоспроможності туристичних дестинацій.
2. Використання інформаційних ресурсів в туристичній діяльності.
3. Переваги впровадження в практику роботи турфірми автоматизованої інформаційної системи управління.

Варіант № 8

1. Монополія і конкуренція в господарській системі України.
2. Чинники забезпечення конкурентоспроможності туристичної продукції.
3. Зміст діагностичних процесів у галузі оцінювання конкурентного середовища.

Варіант № 9

1. Конкуренція як цивілізована форма боротьби за існування на вітчизняному ринку товарів і послуг.
2. Методичні підходи до діагностики конкурентного середовища туристичного підприємства.

3. Віртуальні тури та віртуальні екскурсії як інноваційний продукт.

Варіант № 10

1. Засоби цінової та нецінової конкуренції у господарській діяльності підприємств.

2. Особливості забезпечення конкурентних переваг туристичного підприємств.

3. Механізм забезпечення конкурентоспроможності туристичної продукції.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ІННОВАЦІЇ В ТУРИЗМІ»

1. Сутнісна характеристика поняття «конкуренція».

2. Трансформація економічних концепцій конкуренції.

3. Функції та види конкуренції.

4. Форми та засоби цінової і нецінової конкуренції.

5. Сутність конкурентного середовища та його складові.

6. Методика діагностики конкурентного середовища підприємства.

7. Оцінювання конкурентних сил та визначення типу ринку.

8. Оцінювання інтенсивності конкуренції та ступеня монополізації ринку.

9. Аналіз конкурентних позицій підприємства на ринку.

10. Побудова конкурентної карти ринку, виявлення стратегічних положень підприємства.

11. Визначення конкурентної переваги підприємства та її особливостей.

12. Види конкурентних переваг підприємства.

13. Напрями забезпечення конкурентних переваг підприємства.

14. Характеристика методів забезпечення конкурентних переваг підприємства.

15. Сутнісна характеристика технології забезпечення конкурентних переваг підприємства.

16. Принципові основи технології забезпечення конкурентних переваг підприємства.

- 17.Сутність і зміст конкуренції та конкурентних переваг у туризмі.
- 18.Концептуальні основи конкурентоспроможності туристичних дестинацій.
- 19.Методи оцінювання конкурентоспроможності та привабливості туристичних дестинацій.
- 20.Напрями підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій.
- 21.Зміст поняття «інновація».
- 22.Види інновацій.
- 23.Інноваційні процеси.
- 24.Життєвий цикл та функції інновацій.
- 25.Інноваційна діяльність в туризмі.
- 26.Поняття та значення інновацій у сфері туризму.
- 27.Організація інноваційної діяльності.
- 28.Система показників оцінки ефективності інвестиційних проектів.
- 29.Система оцінки показників ефективності інвестицій.
- 30.Сутність проблеми оцінювання ефективності інновацій.
- 31.Види ефективності інноваційних проектів.
- 32.Методи оцінювання економічної ефективності інноваційної діяльності.
- 33.Інноваційні види туризму.
- 34.Інноваційні туристичні продукти.
- 35.Маркетингові інновації в туризмі.

ЛІТЕРАТУРА ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ ТА ВИКОНАННЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Базова

1. Скрипченко І.Т. Інноваційні технології в туризмі: навчальний посібник. Дніпро: Журфонд, 2021. 137 с.
2. Інноваційні технології в туризмі : Навчальний посібник / укл. А. Гуцол. Северодонецьк : ПП «Поліграф-Сервіс», 2015. 343 с.
3. Забуранна Л., Кулік А. Конкурентостійкість підприємств сільського зеленого туризму. Теорія, механізм формування та управління: монографія. Київ: Центр навчальної літератури, 2017. 292

с.

4. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. / Р. Л. Лупак, Т. Г. Васильців. Львів : Видавництво ЛКА, 2016. 484 с.

5. Управління інноваційною діяльністю туристичних підприємств: монографія / В.М. Селютін, Л.М. Яцун, Г.В. Андрієнко та ін. Харків : ХДУХТ, 2016. 255с.

Допоміжна

1. Клименко С. М. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. / [С. М. Клименко, Д. О. Барабась, Т. В. Омеляненко та ін.]. К. : КНЕУ, 2006. 527 с.

2. Новиков В.С. Инновации в туризме. М.: Издательский центр «Академия», 2007. 208 с.

3. Портер М. Е. Конкуренция : учеб. пособ. / М. Е. Портер; [пер.с англ]. М. : Издательский дом «Вильямс», 2005. 608 с.

4. Смочко Н.М. Інноваційні технології в туризмі: Навчальний посібник. МДУ, 2012. 253 с.

5. Сумець О. М., Сомова О. Є., Пеліхов Є. Ф. Оцінка конкурентоспроможності сучасного промислового підприємства: навч-практ. посібник для студентів економ. спец. К.: Професіонал, 2009. 280 с.

6. Шелеметьєва Т. В., Гресь-Євреїнова С.В. Впровадження інноваційних технологій для підвищення конкурентоспроможності підприємства готельно-ресторанного господарства. Інфраструктура ринку. № 55. 2021. С. 143–149.

7. Шелеметьєва Т. В., Онищенко Ю.О. Вплив інноваційних технологій на конкурентоспроможність підприємств індустрії гостинності // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Економіка, облік, фінанси і право: актуальні питання і перспективи розвитку» м. Полтава, 1 грудня 2020 р. с.79–80.

Інформаційні ресурси

1. Закон Україна. Про захист економічної конкуренції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>.

2. Закон України «Про Національну програму інформатизації». URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show>

3. Комліченко О. О. Конкурентоспроможність туристичних дестинацій півдня України. *Науковий вісник Херсонського державного*

університету. Серія Економічні науки. Випуск 19. Частина 13. С. 106–110. URL: [http:// www.ej.kherson.ua/journal/economic_19/1/27.pdf](http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_19/1/27.pdf) (дата звернення: 18.11.2020).

РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ СТУДЕНТИ

Під час практичних занять студенти усно доповідають на обрані питання для обговорення, дають відповіді на додаткові питання викладача, доповнюють один одного за різними питаннями практичного заняття, демонструють результати самостійної підготовки до заняття, виконують письмові самостійні роботи, вирішують ситуаційні вправи, приймають участь у підготовці практичного заняття у співавторстві з викладачем, допомагають іншим студентам оволодіти знаннями, використовують сучасні інтерактивні методи отримання знань. Така активна робота студента на занятті оцінюється в максимум **5 балів**. Така форма надає студенту можливість отримати максимум: **35 балів** в першому та другому змістовному модулі.

Під час практичних занять студенти усно доповідають на питання. Активна робота студента на занятті оцінюється в **5 балів**.

Критерії оцінки на практичному занятті

Бали	Критерії оцінки
5	Оцінюється робота студента, який в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів або письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, активний, часто виступає і часто задає питання; активно, дуже добре працює в парі/групі/команді, розв'язує завдання стандартним або оригінальним способом, наводить аргументи на підтвердження власних думок, здійснює аналіз та робить висновки.
4	Оцінюється робота студента, який володіє навчальним матеріалом, виконує більшість завдань практичних занять, виявляє знання елементарних положень з дисципліни, іноді виступає і задає питання; добре працює в парі/групі/команді, але при висвітленні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі

	неточності та незначні помилки.
3	Оцінюється робота студента, який частково володіє навчальним матеріалом, фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає окремі питання навчальної дисципліни, іноді виконує завдання практичних занять; інколи виступає і задає питання; не дуже добре працює в парі/групі/команді.
2	Оцінюється робота студента, який не в змозі викласти зміст більшості питань теми та курсу, володіє навчальним матеріалом на рівні розпізнавання явищ, допускає істотні помилки, відповідає на запитання, що потребують однослівної відповіді, іноді виконує завдання практичних занять; інколи виступає і задає питання; не дуже добре працює в парі/групі/команді.
1	Оцінюється робота студента, який не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його висвітлити, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань, не дуже добре працює в парі/групі/команді, іноді проявляє активність.
0	Оцінюється робота студента, який не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його висвітлити, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань, не працює в парі/групі/команді.

МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ знань студентів здійснюється через проведення аудиторних письмових контрольних робіт. В структурі навчання виділяють 2 змістовних модулі. Тобто студент двічі за семестр складає модульний контроль та має можливість набрати максимум **30 балів** у 1 та 2 модулі. Контрольна робота проходить у формі письмової відповіді на 3 теоретичні питання (кожне з яких оцінюється в **10 балів**).

Критерії оцінки теоретичного питання:

Бали	Критерії оцінки
9-10	В повному обсязі володіє матеріалом, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичного питання
7-8	Достатньо повно володіє матеріалом, в основному розкриває зміст теоретичного питання. Але при викладанні не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому

	окремі несуттєві неточності та незначні помилки.
5-6	В цілому володіє матеріалом, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, допустив при цьому окремі суттєві неточності та помилки.
3-4	Не в повному обсязі володіє матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування), недостатньо розкриває зміст теоретичного питання, допускаючи при цьому суттєві неточності.
1-2	Не володіє матеріалом. Фрагментарно, поверхово розкриває зміст теоретичного питання.
0	Студень не надав відповіді

Самостійна робота студентів/індивідуальне завдання

Виконання індивідуального завдання можливе у вигляді реферату або усної доповіді на практичному занятті. Така форма надає студенту можливість отримати максимум **18** додаткових балів в 1-му модулі та **26 балів** у другому модулі.

Критерії оцінки індивідуального завдання:

1 модуль	2 модуль	Критерії оцінки
18-14	26-20	В повному обсязі володіє матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу.
13-10	19-14	Достатньо повно володіє матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів, в основному розкриває зміст теоретичних питань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки.
9-5	13-7	В цілому володіє матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів, але без

		глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки.
4-1	6-1	Не в повному обсязі володіє матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань, допускаючи при цьому суттєві неточності.
0	0	Не виконав завдання. Відсутність усної або письмової роботи.

ПІДСУМКОВИЙ МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ знань студентів означає поступове накопичення балів від одного поточного модульного контролю до іншого в кінцевому рахунку отримання загального підсумкового балу.

Згідно з діючою в університеті системою комплексної діагностики знань студентів, з метою стимулювання планомірної та систематичної навчальної роботи, оцінка знань студентів здійснюється за 100-бальною системою.

Кожен змістовний модуль оцінюється за 100-бальною системою. Отримані за кожен змістовний модуль бали підсумовуються та діляться на 2.

Зведена таблиця набору балів за семестр

1 модуль (максимум балів)		2 модуль (максимум балів)	
Лекції	12 (4 лекції*3)	Лекції	9 (3 лекції*3)
Практичні	40 (8 практ. заняття*5)	Практичні	35 (7 практ. заняття*5)
Контрольна робота	30	Контрольна робота	30
Самостійна робота/Ідз	18	Самостійна робота/Ідз	26
Всього	100	Всього	100

Якщо студент з будь-якої поважної причини не виконав умов

набору балів за період вивчення, він має змогу під час заліково-екзаменаційної сесії прийти на екзамен і скласти його усно або письмово, відповісти на 3 питання, які містяться в екзаменаційному білеті (перше і друге оцінюється в 30 балів, третє, підвищеної складності, у 40 балів). В такому разі бали за підсумковий модульний контроль (максимум 100 балів) та бали, які отримані на екзамені (максимум 100 балів), підсумовуються та діляться на два.

КРИТЕРІЙ ОЦІНКИ НА ЕКЗАМЕНІ

Бали за 1-2 питання	Бали за 3 питання	Критерії оцінки
30-25	40-35	отримують студенти, які повністю розкрили сутність питання, дали чітке визначення понять або проаналізували і зробили висновок з конкретного теоретичного положення.
24-16	34-26	отримують студенти, які правильно, але не повністю розкрили сутність питання або поверхово проаналізували і зробили висновок з теоретичного положення.
15-6	25-11	отримують студенти, які лише частково розкрили сутність питання або частково проаналізували і зробили невірний висновок з теоретичного положення.
5-0	10-0	отримують студенти, які частково і поверхово розкрили сутність питання або сформулювали висновок з теоретичного положення, допустивши неточності та помилки.

Сума балів, накопичених здобувачем вищої освіти за виконання всіх видів поточних навчальних завдань (робіт) на практичних (семінарських) заняттях та на підсумковому модульному контролі, свідчить про **ступінь оволодіння ним програмою навчальної дисципліни** на конкретному етапі її вивчення. Протягом семестру студенти можуть набрати від 0 до 100 балів, що переводяться у національну шкалу оцінювання і відповідно у шкалу ЄКТС. Кількість балів відповідає певному рівню засвоєння дисципліни:

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	Визначення
		для екзамену	
90 – 100	A	відмінно	відмінно - повно та ґрунтовно засвоїв всі теми навчальної програми вміє вільно та самостійно викласти зміст всіх питань програми навчальної дисципліни, розуміє її значення для своєї професійної підготовки, повністю виконав усі завдання кожної теми та поточного модульного контролю в цілому.
85-89	B	добре	дуже добре - недостатньо повно та ґрунтовно засвоїв окремі питання робочої програми. Вміє самостійно викласти зміст основних питань програми навчальної дисципліни, виконав завдання кожної теми та модульного поточного контролю в цілому.
75-84	C	добре	добре - недостатньо повно та ґрунтовно засвоїв деякі теми робочої програми, не вміє самостійно викласти зміст деяких питань програми навчальної дисципліни. Окремі завдання кожної теми та модульного поточного контролю в цілому виконав не повністю.
70-74	D	задовільно	задовільно – засвоїв лише окремі теми робочої програми. Не вміє вільно самостійно викласти зміст основних питань навчальної дисципліни, окремі завдання кожної теми модульного контролю не виконав.
60-69	E	задовільно	достатньо - засвоїв лише окремі

			питання навчальної програми. Не вміє достатньо самостійно викласти зміст більшості питань програми навчальної дисципліни. Виконав лише окремі завдання кожної теми та модульного контролю в цілому.
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	незадовільно — не засвоїв більшості тем навчальної програми не вміє викласти зміст більшості основних питань навчальної дисципліни. Не виконав більшості завдань кожної теми та модульного контролю в цілому.
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	незадовільно — не засвоїв навчальної програми, не вміє викласти зміст кожної теми навчальної дисципліни, не виконав модульного контролю.