



Силабус курсу

Корпоративна культура в туризмі

Ступінь вищої освіти – магістр
Галузь знань – 24 Сфера обслуговування
Спеціальність – 242 Туризм

Освітньо-професійна програма – «Міжнародний туризм»

Рік навчання: I
Семестр: II

Кількість кредитів: 4
Мова викладання: українська

Керівник курсу

доцент Камінський Б.А.
kaf_mbt@wunu.edu.ua

Контактна інформація

Опис дисципліни

Дисципліна «Корпоративна культура в туризмі» спрямована на формування у студентів теоретичних і практичних знань у сфері управління корпоративного управління, необхідних для досягнення комерційних цілей у ринковій діяльності підприємств.

Студенти мають оволодіти системою управління та інструментами, професійними методиками й технологіями, необхідними для забезпечення ефективного управління системою корпоративного управління.

Структура курсу

Години (лек. / сем.)	Тема	Результати навчання	Завдання
4/1	1. Тема 1. Сутність корпоративного управління.	ідентифікувати проблеми в організації та обґрунтовувати методи їх вирішення; – проектувати ефективні системи управління організаціями; – планувати діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах; – мати навички прийняття, обґрунтування та забезпечення реалізації управлінських	тестові завдання, поточне опитування

		рішень в непередбачуваних умовах, враховуючи вимоги чинного законодавства, етичні міркування та соціальну відповідальність;	
4/1	2. Механізми корпоративного управління.	– вміти планувати і здійснювати інформаційне, методичне, матеріальне, фінансове та кадрове забезпечення організації (підрозділу); – вміти застосовувати механізми управління інноваціями на сучасних підприємств	Розробка плану бренденгу
4 / 3	3. Міжнародні стандарти корпоративного управління.	- організовувати та здійснювати ефективні комунікації всередині колективу, з представниками різних професійних груп та в міжнародному контексті; – застосовувати спеціалізоване програмне забезпечення та інформаційні системи для вирішення задач управління організацією	ділова ситуація
4/2	4. Зовнішнє середовище корпоративного управління.	– вміти планувати і здійснювати інформаційне, методичне, матеріальне, фінансове та кадрове забезпечення організації (підрозділу); – вміти застосовувати механізми управління інноваціями на сучасних підприємств	Практичне заняття
4/3	5. Корпоративні інститути та проблеми захисту прав власності.	– планувати діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах; – мати навички прийняття, обґрунтування та забезпечення реалізації управлінських рішень в непередбачуваних умовах, враховуючи вимоги чинного законодавства, етичні міркування та соціальну відповідальність;	Тестові завдання, кейс
3 / 2	6. Розкриття інформації про діяльність корпоративного підприємства.	організовувати та здійснювати ефективні комунікації всередині колективу, з представниками різних професійних груп та в міжнародному контексті; – застосовувати спеціалізоване програмне забезпечення та інформаційні системи для вирішення задач управління організацією	Колоквіум
3 / 3	7. Матеріально-технічні та фінансові потоки в корпораціях.	- вміти делегувати повноваження та керівництво організацією (підрозділом); – вміти планувати і здійснювати інформаційне, методичне, матеріальне, фінансове та кадрове забезпечення організації (підрозділу); – вміти застосовувати механізми управління інноваціями на сучасних підприємствах;	задачі

4/2	8. Ризики створення і функціонування корпоративних структур	– планувати діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах; – мати навички прийняття, обґрунтування та забезпечення реалізації управлінських рішень в непередбачуваних умовах, враховуючи вимоги чинного законодавства, етичні міркування та соціальну відповідальність;	Кейс
-----	---	--	------

Літературні джерела

1. Michael Beverland. Management: Co-creating Meaningful Brands SAGE, 2018. 416 p.
2. Natalija V.Yudina Multi-Layering Management Concept on the Basis of the Innovative Development. *International Marketing and Management of Innovations*, №4, 2019, Bielsko-Biala (Poland), №4, 2019. E-ISSN 2451-1668. DOI 10.5281/zenodo.3252973. URL : http://immi.ath.bielsko.pl/wpcontent/uploads/2019/07/IMMI_11_2019.pdf.
3. Paolo Popoli. Brand Management: Advancing. Insights on. BoD – Books on Demand, 2017. 210 P.
4. Корпоративне управління: навчальний посібник / С.Ф. Смерічевський, С.Є.Петропавловська, О.А. Радченко; Міністерство освіти і науки України, Національний авіаційний університет. Київ: НАУ, 2019. 155 с.
5. Ідріс Муті. Корпорації за 60 хвилин. Фабула, 2019. 256 с.
6. Маркетинг стартап-проектів: навчальний посібник для усіх спеціальностей другого освітнього ступеню «магістр» / С. О. Солнцев, О. В. Зозульов, Н. В. Юдіна, Т. О. Царьова, Н. В. Язвінська; за заг. ред. С.О. Солнцева; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Електронні текстові данні. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 218 с. URL: <http://ela.kpi.ua/handle/123456789/27437>
7. Саленбахер, Юрген. Корпоративний підхід . Створюйте можливості. Зростаєте як особистість. Вирізняйтесь. Харків : Видавництво Фабула #PRO, 2019. 223 с.
8. Солнцев М. І., Юдіна Н. В. Бренд особистості в умовах невизначеності. *Сталий розвиток в умовах невизначеності та катастроф* : зб. Матеріалів Міжнародної міждисциплін. наук.-практ. конф., Київ, 11 травня 2020 р. / [уклад. Л.І.Юдіна]. Київ, 2020. URL: <http://futuolog.com.ua/publish/17/zbirnyk.pdf#page=68>.

Політика оцінювання

- **Політика щодо дедлайнів та перескладання:** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-20 балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо академічної доброчесності:** Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%. Списування під час контрольних робіт заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється

використовувати лише під час он-лайн тестування (наприклад, програма Kahoot).

- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2	Заліковий модуль 3
30%	40%	30%
Усне опитування під час занять (1-4 теми) – 10 балів за тему – макс. 40 балів Модульна контрольна робота (теми 1-4) – макс. 60 балів	Усне опитування під час занять (5-9 теми) 6 балів за тему – макс. 30 балів Модульна контрольна робота (теми 5-9) – макс. 70 балів	Підготовка КПІЗ – макс. 40 балів Захист КПІЗ – макс. 40 балів Участь у тренінгах – макс. 20 балів

Шкала оцінювання студентів:

ECTS	Бали	Зміст
A	90-100	відмінно
B	85-89	добре
C	75-84	добре
D	65-74	задовільно
E	60-64	достатньо
FX	35-59	незадовільно з можливістю повторного складання
F	1-34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом