

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МІЖНАРОДНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра готельно-ресторанного та туристичного бізнесу

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Ректор Міжнародного
гуманітарного університету

д.ю.н., професор

Костянтин ГРОМОВЕНКО

«30» серпня 2024 р.



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

REVENUE-MЕНЕДЖМЕНТ

Галузь знань	<u>18 «Виробництво та технології»</u>
Спеціальність	<u>181 «Харчові технології»</u>
Назва освітньої програми	<u>«Ресторанні технології»</u>
Рівень вищої освіти	<u>перший (бакалаврський) рівень</u>

Одеса - 2024 рік

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу протокол № 1 від 29 серпня 2024 року.

Розробники і викладачі	Контактний тел.	E-mail
професор кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу д.е.н., доцент Каламан Ольга Борисівна	093-501-09-66	kalaman.olga@gmail.com

В.о. завідувача кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу
к.т.н., доцент

 Дмитро ХАРЕНКО

Гарант освітньої програми
к.т.н., доцент

 Людмила ТІТОМИР

Узгоджено
Начальник навчального відділу

 Лариса РАЙЧЕВА

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 6 Загальна кількість годин – 180	Галузь знань - 18 «Виробництво та технології»	вибіркова	
	Спеціальність – 181 «Харчові технології»	Рік підготовки:	
		3-й	
		Семестр	
		6-й	6-й
Мова навчання – українська	Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський) рівень	Лекції	
		30	10
		Практичні	
		30	10
		Лабораторні	
		-	-
		Самостійна робота та індивідуальні завдання	
		120	160
		Вид контролю:	
		залік	залік

Метою вивчення навчальної дисципліни «Revenue-менеджмент» є формування знань щодо проведення заходів з оптимізації системи управління попитом та доходами підприємств ресторанного бізнесу. Основними завданнями вивчення дисципліни є: розвиток знань щодо: особливостей ціноутворення на ресторанных підприємствах та стратегії ціноутворення; моделювання попиту та економічних умов невизначеності, з якими стикаються особи, що приймають рішення; методики виявлення резервів доходу підприємства; базових стратегій управління доходами підприємств ресторанного бізнесу; методики і особливості збору і обробки інформації в системах управління доходами; аналізу показників прибутковості підприємств ресторанного бізнесу.

Після засвоєння курсу студенти повинні знати і вміти: характеризувати моделі управління доходами підприємств ресторанного бізнесу; застосовувати на практиці методики забезпечення продажів оптимальної кількості послуг за максимальною ціною через найбільш ефективні канали збуту; використовувати сучасні методи, техніки, моделі щодо застосування практичних та ефективних підходів до формування справедливої ринкової вартості ресторанных послуг; базові стратегії управління доходами підприємств ресторанного бізнесу; аналізувати показники прибутковості підприємств ресторанного бізнесу.

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

У процесі реалізації програми дисципліни «Revenue-менеджмент» формуються наступні компетентності із передбачених освітньою програмою:

Інтегральна компетентність

Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми технічного і технологічного характеру, що характеризуються комплексністю та невизначеністю умов у виробничих умовах підприємств харчової промисловості та ресторанного господарства та у процесі навчання, що передбачає застосування теоретичних основ та методів харчових технологій.

Загальні компетентності (ЗК)

ЗК 4. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.

ЗК 7. Здатність працювати в команді.

ЗК 11. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

Спеціальні (фахові) компетентності

СК 11. Здатність розробляти та впроваджувати ефективні методи організації праці, нести відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб.

СК 12. Здатність формувати комунікаційну стратегію в галузі харчових технологій, вести професійну дискусію.

Навчальна дисципліна «Revenue-менеджмент» забезпечує досягнення програмних результатів навчання (РН), передбачених освітньою програмою:

ПРН 19. Підвищувати ефективність роботи шляхом поєднання самостійної та командної роботи.

ПРН 20. Вміти укладати ділову документацію державною мовою.

ПРН 21. Вміти доносити результати діяльності до професійної аудиторії та широкого загалу з метою донесення ідей, проблем, рішень і власного досвіду у сфері харчових технологій.

ПРН 22. Здійснювати ділові комунікації у професійній сфері українською та іноземною мовами.

Заплановані результати навчання за навчальною дисципліною

Знання:

1. Основних сучасних економіко-математичних моделей управління доходами.
2. Основних компонент управління доходом та особливості їх застосування в сфері послуг.

3. Природи конкурентних ринків та принципів сегментації.

4. Механізмів формування цінової політики підприємства ресторанного бізнесу з урахуванням сегментації клієнтської бази, вплив різних цін на кінцевий результат ділової активності, існуючі закономірності та залежності.

5. Сучасних каналів просування послуг та автоматизованих систем аналізу та контролю управління попитом та доходами підприємства ресторанного бізнесу;

Вміння:

6. Виявляти потреби споживача, працювати в «контактній зоні» як сфері реалізації сервісної діяльності для забезпечення завантаженості підприємства ресторанного бізнесу.

7. Формувати цінову політику підприємства ресторанного бізнесу з урахуванням сегментації клієнтської бази.

8. Формувати політику продаж на підприємстві ресторанного бізнесу.

9. Планувати завантаженість підприємства ресторанного бізнесу.

10. Оцінювати можливості бізнесу для оптимізації доходів, що застосовуються до різних бізнес-середовищ.

11. Розв'язувати нестандартні задачі в області теорії управління доходами та аналізу динамічного ціноутворення при виборі оптимальної стратегії продаж.

Навички:

12. Використовувати основні закони природничо-наукових дисциплін в професійній діяльності, застосовувати методи математичного аналізу та моделювання, теоретичного і експериментального аналізу.

13. Застосування сучасних технологій для формування і надання послуги, відповідного вимогам споживачів.

3. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Основы «Revenue менеджменту»

Огляд методології дисципліни. Історія виникнення «revenue менеджменту». Структура навчальної дисципліни. Роль «Revenue менеджменту» у діяльності підприємств ресторанного бізнесу. Обов'язки revenue менеджера у закладах гостинності.

Тема 2. Ціноутворення з позиції Revenue менеджменту політики в підприємствах ресторанного бізнесу

Основи формування ціннісно-орієнтованої цінової політики. Практичні аспекти контролю результативності цінових стратегій. Формування цінових стратегій у закладах ресторанного бізнесу.

Тема 3. Процес сегментації та позиціонування на ринку ресторанних послуг

Тема 3. Процес сегментації та позиціонування на ринку ресторанного бізнесу
Сегментація ринку. Відбір цільових ринків. Позиціонування продуктів та послуг на ринку. Репозиціонування продуктів та послуг на ринку. Оцінка ресторанного ринку певного населеного пункту чи регіону.

Тема 4. Канали збуту ресторанних послуг

Тема 4. Канали збуту ресторанних послуг
Поняття збутової політики підприємств ресторанного бізнесу. Методи збуту товарів та послуг. Канали розподілу, їх сутність та призначення. Діджиталізація збутової політики на підприємствах ресторанного бізнесу.

Тема 5. Інструменти прогнозування попиту та оптимізації продаж

Прогнозування як стратегічний інструмент. Інструменти аналізу та контролю ринкового середовища. Прогнозування цін за допомогою спеціальних методів.

Тема 6. Управління доходами підприємства ресторанного бізнесу як функція revenue менеджменту

Формування ефективної системи управління доходами ресторанного підприємства. Оптимізація доходів на основі контролю за цінами. Оптимізація доходів на основі бронювання. Управління доходами від додаткових послуг на підприємстві ресторанного бізнесу.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин							
	денна форма				Заочна форма			
	усього	у тому числі			усього	у тому числі		
		лекц.	прак	сам. роб.		лекц.	прак	сам. роб.
Тема 1. Основи «Revenue менеджменту»	30	5	5	20	30	2	1	27
Тема 2. Ціноутворення з позиції Revenue менеджменту політики в підприємствах ресторанного бізнесу	30	5	5	20	30	2	1	27
Тема 3. Процес сегментації та позиціонування на ринку ресторанних послуг	30	5	5	20	30	2	2	26
Тема 4. Канали збуту ресторанних послуг	30	5	5	20	30	2	2	26
Тема 5. Інструменти прогнозування попиту та оптимізації продаж	30	5	5	20	30	1	2	27
Тема 6. Управління доходами підприємства ресторанного бізнесу як функція revenue менеджменту	30	5	5	20	30	1	2	27
Усього годин	180	30	30	120	180	10	10	160
ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ - ЗАЛІК								

5. ПИТАННЯ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
1	Тема 1. Основи «Revenue-менеджменту» 1.1. Еволюція методу «Revenue менеджмент» (систематизація підходів до визначення) 1.2. Можливості застосування методу 1.3. Філософія і принципи методу RM 1.4. Функції Revenue менеджера 1.5. Процес управління доходами 1.6. Показники прибутковості підприємства 1.7. Управління складовими Revenue менеджменту	5	1
2	Тема 2. Ціноутворення з позиції Revenue-менеджменту політики в підприємствах ресторанного бізнесу 2.1. Основні критерії та фактори, що впливають на ціноутворення в ресторанах. 2.2. Залежність ціни від фази життєвого циклу ресторанного продукту. 2.3. Цінова сегментація та диференціація 2.4. Стратегії ціноутворення в системі управління доходами. Контроль результативності цінових стратегій 2.5. Види цінової дискримінації 2.6. Розрахунок оптимальної середньої ціни 2.7. Практична методика оцінювання наслідків зміни ціни 2.8. Мультиплікатор прибутку, як основа контролю заходів з просування продаж та динамічного ціноутворення	5	1
3	Тема 3. Процес сегментації та позиціонування на ринку ресторанних послуг 3.1. Сутність та методи цінового сегментування 3.2. Інструменти цінового позиціонування 3.3. Цінова сегментація та диференціація 3.4. Тарифна сегментація і тарифні бар'єри 3.5. Практичне закріплення методів сегментного квотування	5	2
4	Тема 4. Канали збуту ресторанних послуг 4.1. Елементи, що включаються в автоматизовану систему управління доходами 4.2. Розрахунок додаткового доходу на гостя 4.3. Стратегії управління доходами 4.4. Практичне закріплення методу аналізу беззбитковості в управлінні прибутковістю підприємства 4.5. Практичне застосування «дикого» овербукинг 4.6. Практичне застосування квоти місць 4.7. Практичне застосування бронювання в останню хвилину	5	2
5	Тема 5. Інструменти прогнозування попиту та оптимізації продаж 5.1. Аналіз ефективності продажів бенкетних заходів з урахуванням продажів. 5.2 Ключові індикатори використання майданчиків 5.3 Програмне забезпечення систем управління заходами.	5	2
6	Тема 6. Управління доходами підприємства ресторанного бізнесу як функція revenue менеджменту 6.1. Підвищення ефективності електронних каналів розподілу. 6.2. Соціальні мережеві технології, їх застосування в ресторанному бізнесі	5	2
	Всього	30	10

6. САМОСТІЙНА РОБОТА

До самостійної роботи студентів щодо вивчення дисципліни «Revenue-менеджмент» 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 презентацій, рефератів тощо.
7. Підготовка до підсумкового контролю

Тематика та питання до самостійної підготовки та індивідуальних завдань

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
1	Тема 1. Основи «Revenue менеджменту» Реферат 1. Огляд методології дисципліни. 2. Історія виникнення «revenue менеджменту». 3. Структура навчальної дисципліни. 4. Роль «Revenue менеджменту» у діяльності підприємств ресторанного бізнесу. 5. Обов'язки revenue менеджера у закладах ресторанного бізнесу.	20	27
2	Тема 2. Ціноутворення з позиції Revenue менеджменту політики на підприємствах ресторанного бізнесу Реферат 1. Основи формування ціннісно-орієнтованої цінової політики. 2. Практичні аспекти контролю результативності цінових стратегій. 3. Формування цінових стратегій у закладах ресторанного бізнесу	20	27
3	Тема 3. Процес сегментації та позиціонування на ринку ресторанних послуг Реферат 1. Сегментація ринку. 2. Відбір цільових ринків. 3. Позиціонування продуктів та послуг на ринку. 4. Репозиціонування продуктів та послуг на ринку. 5. Оцінка ресторанного ринку певного населеного пункту чи регіону.	20	26
4	Тема 4. Канали збуту ресторанних послуг Реферат 1. Поняття збутової політики підприємств ресторанного бізнесу. 2. Методи збуту послуг. 3. Канали розподілу, їх сутність та призначення. 4. Диджиталізація збутової політики на підприємствах ресторанного бізнесу.	20	26
5	Тема 5. Інструменти прогнозування попиту та оптимізації продаж Реферат 1. Прогнозування як стратегічний інструмент. 2. Інструменти аналізу та контролю ринкового середовища. 3. Прогнозування цін за допомогою спеціальних методів.	20	27
6	Тема 6. Управління доходами підприємств ресторанного бізнесу як функція revenue менеджменту Реферат 1. Формування ефективної системи управління доходами	20	27

	підприємств ресторанного бізнесу. 2. Оптимізація доходів на основі контролю за цінами. 3. Оптимізація доходів на основі бронювання. 4. Управління доходами від додаткових послуг в підприємствах ресторанного бізнесу.		
	Всього	120	160

7. ВИДИ ТА МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Робоча програма навчальної дисципліни «Revenue-менеджмент» передбачає наступні види та методи контролю:

Види контролю	Складові оцінювання
	Для заліку
поточний контроль , який здійснюється у ході: проведення практичних занять, виконання самостійної роботи, індивідуальних завдань, дослідна робота здобувача тощо.	100%

Методи діагностики знань (контролю)	фронтальне опитування; наукова доповідь, реферати, усне повідомлення, індивідуальне опитування; робота у групах; ділова гра, розв'язання ситуаційних завдань, кейсів, практичних завдань, залік
--	---

Питання до заліку

1. Сутність, історія становлення та передумовами виникнення «Revenue менеджменту» як способу управління доходами.
2. Об'єкт та функції управління доходами. Можливості застосування та значення «Revenue менеджменту» в сфері послуг.
3. Цілі застосування, функції та складові елементи «Revenue менеджменту».
4. Еволюція наукових підходів до «Revenue менеджменту». Значення «Revenue менеджменту» для розвитку підприємств сфери послуг.
5. Філософія та принципи «Revenue менеджменту».
6. Етапи аналізу ефективності управління доходами. Індекси ефективності основної діяльності готелю.
7. Середній відпускний тариф (ADR).
8. RevPAR (середній дохід на номер) та його значення у формуванні тарифної політики готелю.
9. DOUBLE OCCUPANCY як інструмент оцінки позиціонування готелю.
10. RevPAC як інструмент оцінки політики продаж та професіоналізму менеджерів.
11. Підхід до оптимізаційної проблеми в умовах обмежених потужностей. Вплив зрушень попиту.
12. Основи оптимізації цін. Спеціальні ціни. Запит на продукт (Request For Proposal -RFP). Запит на ціну (Request For Quotation - RFQ).
13. Крива виграшу / програшу. Логістична регресія. Сезонні ціни на послуги. Краща ціна (Best available rate - BAR).
14. Визначення мінімальної ціни продажу номера.
15. Ціноутворення для груп та індивідуальних клієнтів.
16. Структура тарифів.
17. Тактика цінового диференціювання.
18. Можливості застосування теорії перспектив.
19. Тактичні прийоми зниження незадоволеності сприйняття споживачем диференціювання.
20. Ціноутворення в залежності від фази життєвого циклу продукту.
21. Цінове позиціонування як основа ефективних продаж.
22. Сегментування за характеристиками продукту. Неповноцінні блага, блага нижчої якості.

23. Ефекти канібалізації, «поїдання» частки ринку одних послуг іншими.
24. Політика маркетингу щодо тарифів.
25. Принцип тарифної сегментації. Принцип тарифного бар'єру.
26. Оптимізація системи знижок. Оцінка чутливості до знижок.
27. Двоперіодна модель сегментування.
28. Ринкові індекси та показники: ринкова частка (Market Share); MPI (Market Penetration Index); ARI (Average Rate Index); RGI (Revenue Generation index)
29. Інструменти передбачення структури попиту.
30. Календар попиту готелю. Впровадження системи обмеження тривалості проживання.
31. Програмне забезпечення розробки прогнозів продаж в готелі.
32. Інструменти аналізу та контролю: Rate Shopper; аналітика та інструментарій в OTA; інструменти бізнес-аналітики (BI-business intelligent); RMS (revenue management system) – системи управління доходом.
33. Стратегія і тактика позиціонування готелю.
34. Стратегічне бюджетування; бюджетування по днях та сегментам.
35. Моделювання процесу управління доходами (метод Booking Profile (BP); двоступенева модель Літлвуда; метод EMSRb).
36. Вимірювання ефективності системи управління доходами.
37. Управління доходами при групових бронюваннях.
38. Модель споживчого бронювання; модель «Newsboy»; метод критичного рівня.
39. Механізми контролю рівня бронювання.
40. Розподіл потужностей ресторанного підприємства.
41. Методики підвищення ефективності інформації про послуги ресторанного підприємства, розробка директорій та інших рекламних матеріалів.
42. Аналіз непопулярних послуг і можливостей для збільшення їх продажів.
43. Управління доходами від додаткових послуг заходів.
44. Динамічне ціноутворення банкетних і конференц-майданчиків на основі характеристик попиту.
45. Застосування розрахунку ціни на квадратний метр.
46. Складання звітів по використанню конференц-майданчиків.
47. Зіставлення і злиття прогнозу завантаження і прогнозу використання конференц-майданчиків.
48. Аналіз ефективності продажів банкетних заходів з урахуванням продажів номерів.
49. Ключові індикатори використання конференц-майданчиків: REVPAM (Revenue per Available Square Meter), CONPAM (Contribution per Available Square Meter), RevPASH (Revenue Per Available Seat Hour), ConPAST (Contribution per Available Space Time).
50. Розробка спеціальних пакетів для каналів розподілу.
51. Стратегії успішного on-line маркетингу ресторанного підприємства.
52. Паритетні ціни і комісії on-line. Важливість ефекту «останньої хвилини». Важливість репутації он-лайн-ресурсу.
53. Підвищення ефективності електронних каналів розподілу.
54. Соціальні мережеві технології, їх застосування в ресторанному бізнесі: FaceBook, Twitter, Google Places, TripAdvisor, Yelp, Flickr, Panoramia, блоги, мобільні додатки, соціальні системи. CRM.

8. ОЦІНЮВАННЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ТА ФАХОВОЇ ПЕРДВИЩОЇ ОСВІТИ ЗА НАВЧАЛЬНУ ДИСЦИПЛІНУ У МІЖНАРОДНОМУ ГУМАНІТАРНОМУ УНІВЕРСИТЕТІ

(поточний контроль, підсумковий контроль, загальний результат оцінювання)

ЗАЛІК

Поточний контроль			
Види роботи	Планові терміни виконання	Форми контролю та звітності	Максимальний відсоток оцінювання
Систематичність і активність роботи на практичних заняттях			
1.1. Підготовка до практичних занять	Відповідно до робочої програми та розкладу занять	Перевірка обсягу та якості засвоєного матеріалу під час практичних занять	60
Виконання завдань для самостійного опрацювання			
1.2. Індивідуальне тестування, завдання, підготовка реферату (есе) за заданою тематикою	Відповідно до робочої програми та розкладу занять	Розгляд відповідного матеріалу під час аудиторних занять або ІКР ¹ , перевірка конспектів навчальних текстів тощо	20
Виконання індивідуальних завдань, дослідна робота здобувача			
1.3. Інші види індивідуальних завдань, в т.ч. підготовка наукових публікацій, участь у роботі круглих столів, конференцій тощо.	Відповідно до робочої програми та розкладу занять	Обговорення результатів проведеної роботи під час аудиторних занять, наукових конференцій та круглих столів.	20
Разом балів за поточний контроль			100
Загальний результат оцінювання			100

Поточний контроль знань здобувачів освіти при формі контролю залік (максимум 100 балів) оцінюється за шкалою («2», «3», «4», «5»), з обов'язковим переведенням балів за кожний вид роботи таким чином:

- за підготовку до аудиторних занять (максимум 60 балів) здобувачу освіти необхідно мати не менше 1/2 оцінок від загальної кількості практичних (лабораторних) занять, для переведу балів за підготовку до аудиторних занять середньоарифметична оцінка множиться на коефіцієнт 12;
- за виконання завдань для самостійного опрацювання (тестування, завдання, підготовка реферату (есе) за заданою тематикою) (максимум 20 балів) здобувачу освіти необхідно мати не менше 1/2 оцінок від загальної кількості програмного матеріалу, що виноситься на самостійне вивчення, для переведу зазначених балів середньоарифметична оцінка множиться на коефіцієнт 4;
- за інші види індивідуальних завдань, в т.ч. підготовку наукових публікацій, участь у роботі круглих столів, конференцій тощо (максимум 20- балів) здобувачу освіти необхідно мати не менше 1/2 оцінок від загальної кількості інших видів індивідуальних завдань, для переведу балів за підготовку до аудиторних занять середньоарифметична оцінка множиться на коефіцієнт 4.

¹ Індивідуально-консультативна робота викладача зі здобувачами

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗА ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ

- «2»- виставляється за неправильну відповідь (письмову роботу), яка не відповідає змісту теми та свідчить про нерозуміння її основних положень;
- «3» -виставляється за відповідь (письмову роботу), яка відповідає змісту теми, але є неповною і неточною у визначенні понять, свідчить про неповне розуміння основних положень навчального матеріалу, свідчить про те, що знання здобувача мають фрагментарний, поверховий характер;
- «4» - оцінюється правильна і обґрунтована відповідь (письмова робота), з якої видно, що здобувач знає й розуміє теоретичний матеріал в обсязі навчальної теми, володіє необхідними навичками, не допускає суттєвих помилок.
- «5» - оцінюється повна, правильна, ґрунтовна відповідь (письмова робота) на запитання теми, що передбачає логічність і послідовність викладу матеріалу, володіння термінологією, показує вміння повно й глибоко використовувати теоретичні знання в практичній площині.

9. КРИТЕРІЇ ЗАГАЛЬНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ЗДОБУВАЧІВ (для заліку)

Рівень знань оцінюється:

- «відмінно» / «зараховано» А - від 90 до 100 балів. Здобувач 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. Здобувач 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. Здобувач відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння 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. Здобувач 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. Здобувач 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. Здобувач 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. Здобувач не володіє навчальним матеріалом.

ТАБЛИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ЗАГАЛЬНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ЗА РІЗНИМИ ШКАЛАМИ

ЗНАНЬ ЗА РІЗНИМИ ШКАЛАМИ			
100-бальною шкалою	Шкала за ECTS	За національною шкалою	
		екзамен	залік
90-100	A	Відмінно	Зараховано
82-89	B	Добре	
74-81	C	Задовільно	
64-73	D		
60-63	E	Незадовільно	Не зараховано
35-59	Fx		
1-34	F		

10. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Cross. R. Milestones in the Application of analytical pricing and revenue management / R. Cross, J. Higbie // Journal of Revenue and Pricing Management. 2010.
2. Корж Н.В., Онищук Н.В. Підбір оптимального набору інструментів revenue менеджменту в готелях / Н.В.Корж, Н.В.Онищук // Технологічний аудит та резерви виробництва. 2018. Том 7, № 1/(39). С. 29-33.
3. Корж Н.В. Стасюк О.В. Revenue менеджмент: особливості групових продаж та бронювань в готелі / Н. В. Корж, О. В. Стасюк // Економіка та суспільство. Вип. №14, 2018.
4. Siddappa, S. Statistical modeling approach to airline revenue management with overbooking: // Ph.D. thesis. / S. Siddappa // The University of Texas at Arlington, USA. 2006. P. 25-44.

Допоміжна

1. Bondarenko S., Lagodienko V., Kalaman O., Sedikova I. Application of project analysis software in project management in the preinvestment phase. International Journal of Mechanical Engineering and Technology (IJMET). 2018, Vol. 9, Issue 13. P. 676–684.
https://iaeme.com/MasterAdmin/Journal_uploads/IJMET/VOLUME_9_ISSUE_13/IJMET_09_13_070.pdf
2. Bondarenko S., Liganenko I., Kalaman O., Niekasova L. Comparison of methods for determining the competitiveness of enterprises to determine market strategy. International Journal of Civil Engineering and Technology (IJCIET). 2018, Vol. 9, Issue 1. P. 890-898.
https://www.academia.edu/38189471/IJCIET_09_13_089.pdf
3. Bondarenko S., Shlafman N., Kuprina N., Kalaman O., Moravska O., Tsurkan N. Planning, Accounting and Control as Risk Management Tools for Small Business Investment Projects. Emerging Science Journal. Vol. 5, no. 5. P. 650 – 666. DOI:10.28991/esj-2021-01302
4. Kalaman O. B., Purtskhvanidze O. V., Levchuk Y. S. Methodology formation of enterprise financial strategy basis on existing models analysis. Економіка харчової промисловості. 2020. № 3, Т. 12. С. 33-41.
5. Kalaman O., Mandrykin D. Application of modern theories to comprehend the concepts of the knowledge economy and National Innovation System. Knowledge management: seven effective examples of applying knowledge: Scientific monograph. Scientific Editor Walery Okulicz-Kozaryn. Poznan: Wydawnictwo Naukowe Akademii Nauk Stosowanych im. Ksiecia Mieszka I w Poznaniu. 2022. pp. 9-47.
6. Kalaman O., Okulicz-Kozaryn W., Purtskhvanidze O. Risk as a specific component of strategic enterprises management in the agrarian sector in the current conditions of Ukraine development. Економіка харчової промисловості. 2019. № 2, Т. 11. С. 54 – 61.
7. Kalaman O., Savenko I., Dolynska O. Conceptual positions of enterprise strategy functioning. Економіка харчової промисловості. 2019. №3, Т.11. С.50-58.
8. Kalaman O., Stupnytska T., Melnyk Y., Doicheva K. Management of enterprise development strategies formation: analysis and synthesis methods. Estudios de Economia Aplicada. 2021. Vol.

- 38, no. 4, Vol. 38 No. 4 (2020): Special Issue: The Recent Economic Trends and their Impact on Marketing. DOI: <http://dx.doi.org/10.25115/eea.v38i4.3988>.
9. Kalaman O., Volodina O., Mandrikin D. Innovation development strategy formation of the modern enterprise. *Економіка харчової промисловості*. 2018. № 2, Т. 10. С. 75 – 82.
10. Stupnytska T., Kalaman O., Markova T. Ensuring of the enterprise operation effacacy: management aspect. *Periodicals of Engineering and Natural Sciences*. 2019, Vol. 7, no. 2. P. 534-545. DOI: <http://dx.doi.org/10.21533/pen.v7i2.567>
11. Zybareva O., Verbivska L., Lopashchuk I., Kalaman O., Derkach T., Smentyna N. Strategically-Oriented Enterprise Management through Information Systems. *International Journal of Recent Technology and Engineering*. 2019, Vol. 8, No. 2. P. 3014-3017. DOI:10.35940/ijrteB2900.078219
12. Біла О. Г. Фінансове планування і прогнозування: навчальний посібник. Львів: Компакт-ЛВ, 2005. 312 с.
13. Грещак М. Г. Управління витратами: навч. посібник для самостійного вивч. дисципліни. К.: КНЕУ, 2006. 132 с.
14. Зятковський І. В. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: Навчальний посібник. Тернопіль: Економічна думка, 2003. 356 с.
15. Каламан О. Б. The genesis and the modern paradigm of strategic enterprise management. *Збірник наукових праць Національного університету кораблебудування ім. Адмірала Макарова*. 2019. № 50. С. 17-24.
16. Каламан О. Б. Аналіз відкритих інновацій в логістиці. *Причорноморські економічні студії*. 2020. № 59. С.135-140.
17. Каламан О. Б. Інновації як необхідна умова формування стратегії розвитку сучасного підприємства. *Економічні трансформації бізнес-структур в Україні: монографія / за ред. д.е.н. Н. Й. Басюркіної*. Одеса: ОНАХТ, 2018. С. 97-110.
18. Каламан О. Б. Напрями впровадження інновацій у логістиці. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2020. № 4. С.72-79.
19. Каламан О. Б. Організаційно-економічні аспекти привабливості харчового бізнесу. *Привабливість харчового бізнесу в Україні: монографія /за ред. д.е.н. Н. Й. Басюркіної*. Одеса: ОНАХТ, 2017. С. 34-47.
20. Каламан О. Б., Дишкантюк О.В., Власюк К. В. Дефініція сутності менеджменту маркетингових комунікацій на підприємствах готельно-ресторанного господарства. *Економічний простір*. 2022. № 182. С.65-72.
21. Каламан О. Б., Скрібанс В. Мандрикін Д. В. Методологія формування показників ефективності стратегічних управлінських рішень на промислових підприємствах. *Економічні інновації*. 2021. Т.23. Вип.2 (79). С. 87-96.
22. Каламан О.Б., Дишкантюк О.В., Власюк К.В. Формування ефективних комунікацій на підприємствах індустрії гостинності як механізм підвищення якості управління персоналом. *Інфраструктура ринку*. 2023. № 70. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/70-2023>
23. Кифяк В. Ф. Організація туризму: навч. посібник. Чернівці: Книги- XXI, 2008. 344 с.
24. Коваленко М. А. Оцінка ефективності санації підприємств. *Фінанси України*. 2005. № 3. С. 147–151.
25. Корінев В. Л. Обґрунтування прибутку підприємства з урахуванням рівня ціни на продукцію. *Актуальні проблеми економіки*. 2005. № 3. С. 97–103.
26. Корінев В. Л. Цінова політика підприємства. К.: КНЕУ, 2001. 257 с.
27. Костирко О. Г. Використання методу коефіцієнтів для оцінки фінансового стану підприємства. *Економіка АПК*. 2010. № 7. С. 54–56.
28. Кунцевич В. О. Підходи до діагностики фінансового потенціалу підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2005. № 1. С. 68–69.
29. Проїда-Носик Н. Н., Грабарчук С. С. Фінансові ресурси підприємства. *Фінанси України*. 2003. № 1. С. 23–27.

30. Сорока Р. С. Визначення джерел формування обігового капіталу підприємства. Науковий вісник: збірник науково-технічних праць. Львів: НЛТУУ, 2010. Вип. 17.1. С. 271–276.
31. Стегней М. І., Білак Г. Г., Лінтур І. В. Фінансова санація та комплексна оцінка фінансового стану суб'єктів господарювання. Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва. Серія «Економічні науки». 2014. № 7. С. 359–368.
32. Терещенко О. О. Фінансова санація та банкрутство підприємств: навчальний посібник. К.: КНЕУ, 2000. 412 с.

Інформаційні ресурси

1. <http://fao.kiev.ua/>.
2. [www/ rada.gov.ua/](http://www.rada.gov.ua/)
3. [www/ kmu.gov.ua/](http://www/kmu.gov.ua/)
4. [www/ zakon.gov.ua/](http://www/zakon.gov.ua/)
5. [www/ minfin.gov.ua/](http://www/minfin.gov.ua/)
6. www.parlament.org.ua
7. www.afu.org.ua/doc.php?id=183// Проект концепції реформування місцевих бюджетів.
8. www.sefr.kiev.ua.
9. REVPAR GURU : офіційний сайт системи. Режим доступу : <http://revparguru.com/>.
10. Hotels Revenue : офіційний сайт. Режим доступу : <http://www.xotels.com/>.