

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ
ІМЕНІ ІВАНА БОБЕРСЬКОГО**

**ФАКУЛЬТЕТ ТУРИЗМУ
КАФЕДРА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

РОБОЧА ПРОГРАМА

ВИБІРКОВА НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА

**КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ОБ'ЄКТІВ ІНДУСТРІЇ
ГОСТИННОСТІ**

Освітній ступінь – бакалавр

Галузь знань – 24 «Сфера обслуговування»

Спеціальність – 241 «Готельно-ресторанна справа»

Освітня програма – «Готельно-ресторанна справа»

Мова навчання – українська

Компонент освітньої програми – вибірковий

Робоча програма вибіркової компоненти освітньої програми «Конкурентоспроможність об'єктів індустрії гостинності» для студентів спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» денної та заочної форм навчання. – Львів: ЛДУФК, 16 с.

Розробник: *Гузар Уляна Євгенівна*, доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу, к.е.н., доцент

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри готельно-ресторанного бізнесу

Протокол від «19» серпня 2024 року № 1

Завідувач кафедри готельно-ресторанного бізнесу

(підпис)

(Паска М.З.)
(прізвище та ініціали)

© Гузар У.Є., 2024

© ЛДУФК ім. І. Боберського, 2024

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Спеціальність, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 4	Галузь знань – 24 «Сфера обслуговування»	Вибіркова	
Модулів – 1	Спеціальність (професійне спрямування): <u>241 «Готельно-ресторанна справа»</u>	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 3		4-й	-
<u>Індивідуальне науково-дослідне завдання</u> публікація наукових тез (усі форми здобуття освіти)		Семестр	
Загальна кількість годин 90		7-й	-
		Лекції	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4 самостійної роботи студента – 2	Освітній ступінь: бакалавр	16 год.	-
		Практичні, семінарські	
		14 год.	-
		Лабораторні	
		-	-
		Самостійна робота	
		90 год.	-
		Індивідуальні завдання: -	
		Вид контролю: залік	

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Конкурентоспроможність об'єктів індустрії гостинності» є формування в майбутніх фахівців компетентності щодо об'єктивних закономірностей, механізмів та особливостей сучасної конкуренції та конкурентоспроможності закладів індустрії гостинності, а також набуття ними практичних навичок та вмінь аналізу конкурентних переваг, діагностики рівня конкурентоспроможності підприємства готельно-ресторанного бізнесу (далі – ГРБ), розроблення та реалізації заходів щодо її нарощування.

Основні завдання вивчення дисципліни «Конкурентоспроможність об'єктів індустрії гостинності»:

- засвоєння студентами теоретичних знань концептуального рівня, конкретно-теоретичного та практично-прикладного характеру;
- забезпечення усвідомлення студентами ключової ролі конкурентоспроможності підприємств ГРБ, персоналу у визначенні їх місця на ринку, у виживанні підприємств індустрії гостинності в умовах конкуренції та досягненні ним успіху в конкурентній боротьбі.

Міждисциплінарні зв'язки вивчення дисципліни: «Аналіз діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу»; «Основи індустрії гостинності», «Організація готельного господарства», «Маркетинг», «Менеджмент персоналу».

У результаті вивчення навчальної дисципліни студенти повинні оволодіти такими професійно-функціональними **знаннями та вміннями**:

знати: основні конкурентні переваги конкретного підприємства ГРБ та способи їх досягнення в реальній ситуації; загальні та специфічні чинники, що визначають рівень конкурентоспроможності підприємства; нормативно-правову базу регулювання конкуренції в Україні; теоретичні та практичні аспекти діагностики конкурентної позиції підприємств індустрії гостинності на ринку; ключові методи та підходи до формування конкурентних переваг підприємства; принципи формування конкурентоспроможності продукції; обґрунтування управлінських рішень щодо забезпечення конкурентоспроможності підприємства та його структурних підрозділів; сутність концепції управління конкурентоспроможністю підприємств ГРБ; методи оцінювання соціальної конкурентоспроможності підприємства; сутність основних методів управління конкурентними перевагами; конкурентні переваги працівника ГРБ.

вміти: здійснювати аналіз позиції підприємства у конкурентному середовищі; визначати джерела конкурентних переваг на підприємстві; ідентифікувати всі види конкурентних переваг, якими володіє підприємство, визначити ті, які можуть бути досягнутими в майбутньому для підвищення його конкурентоспроможності; застосовувати методи SWOT, STEP, PEST для

аналізу конкурентних переваг; оцінювати конкурентоспроможність продукції, персоналу, підприємства; розробляти та реалізовувати програми підвищення конкурентоспроможності підприємства; оцінювати ефективність окремих людей управління конкурентоспроможністю підприємств ГРБ.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	с	п	лаб	с.р.		л	с	п	лаб	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1												
Змістовий модуль 1. Теоретичні засади конкурентоспроможних відносин												
Тема 1. Предмет, метод та завдання дисципліни «Конкурентоспроможність закладів індустрії гостинності»	13	2	1	-	-	10						
Тема 2. Соціально-економічні основи конкуренції та конкурентоспроможності	13	2	1	-	-	10						
Разом за змістовим модулем 1	26	4	2	-	-	20						
Змістовий модуль 2. Чинники забезпечення конкурентоспроможності підприємств індустрії гостинності												
Тема 3. Формування конкурентних переваг підприємств ГРБ	15	2	-	2	-	11						
Тема 4. Чинники забезпечення конкурентоспроможності підприємства	16	2	-	2	-	12						
Тема 5. Стратегії конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанного бізнесу	16	2	-	2		12						

Разом за змістовим модулем 2	47	6	-	6	-	35						
Змістовний модуль 3. Методологія аналізу конкурентних переваг підприємств ГРБ												
Тема 6. Моніторинг конкуренції	15	2	-	2		11						
Тема 7. Методи аналізу конкурентних переваг	16	2	-	2		12						
Тема 8. Конкурентоспроможність персоналу та її вплив на ефективність діяльності закладів індустрії гостинності	16	2	-	2		12						
Разом за змістовим модулем 3	47	6	-	6		35						
Усього годин МОДУЛЬ 1	120	16	2	12		90						
Разом	120	16	2	12		90						

4. Програма навчальної дисципліни

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 1. Теоретичні засади конкурентоспроможних відносин

Тема 1. Предмет, метод та завдання дисципліни «Конкурентоспроможність об'єктів індустрії гостинності»

Понятійно-категоріальний апарат курсу: ринок, конкуренція, фірма, підприємство, конкурентні переваги, конкурентна стратегія, конкурентоспроможність. Зростання актуальності проблем конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанного бізнесу (далі – ГРБ) країнах світу. Принципи, методи та технології формування конкурентних переваг. Системний та процесний підходи в дослідженні конкурентоспроможності.

Тема 2. Соціально-економічні основи конкуренції та конкурентоспроможності

Сутність та види конкуренції. Функції конкуренції. Механізм та закон конкуренції. Основні умови ефективності конкуренції. Модель посилення та

розвитку конкуренції. (за А. Смітом). Конкуренція як рушійна сила ринку. Елементи механізму конкурентної боротьби. Еволюція поглядів на конкуренцію. Теорія конкурентної переваги М. Портера. Поняття к«онкурентоздатність». Види конкурентоздатності і конкурентоздатності нації, держави, економіки, галузі, фірми, продукції. Критерії конкурентоздатності: рівень продаж, і стабільне місце на ринку.

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 2. Чинники забезпечення конкурентоспроможності підприємств індустрії гостинності

Тема 3. Формування конкурентних переваг підприємств ГРБ

Поняття «конкурентна перевага». Конкурентна перевага як найважливіший показник конкурентоспроможності підприємства. Джерела конкурентних переваг: унікальність товару (послуги, лідерство по витратах, лідерство в ринковій ніші). Типи конкурентних переваг: перевага в маркетингу, перевага у витратах, перевага в маркетингу або витратах у ринковому сегменті.

Сфери конкурентних переваг: організаційні конкурентні переваги, функціональні конкурентні переваги (маркетинг, виробництво, кадри); конкурентні переваги, засновані на взаємовідношенні із зовнішніми організаціями.

Причини інновацій, що дають конкурентну перевагу: нові технології; нові запити або запити покупців, що змінилися; поява нового сегменту ринку; зміна вартості або наявності компонентів збуту; зміни урядового регулювання.

Принципи досягнення переваг над конкурентами: концентрація ресурсів там, де вони принесуть максимальний ефект; перехоплення ініціативи; маневрування ресурсами з метою скоординованого досягнення загальної мети.

Поняття «ключові фактори успіху».

Зовнішні конкурентні переваги: взаємовідносини зі споживачами; взаємовідносини з постачальниками; взаємовідносини з конкурентами.

Внутрішні конкурентні переваги: інформація; маркетинг; фінанси; технологія; персонал; організація управління.

Тема 4. Чинники забезпечення конкурентоспроможності підприємства

Чинники, що впливають на конкурентоспроможність підприємств ГРБ: зовнішні – політична ситуація в країні; економічні зв'язки; наявність конкурентів; розміщення продуктивних сил; наявність сировинних ресурсів; загальний рівень техніки та технологій; система управління промисловістю; концентрація виробництва; законодавча база; внутрішні – система та методи управління фірмою; рівень організації процесу виробництва; система довгострокового планування; орієнтація на маркетингову концепцію; інноваційний характер виробництва.

Основні умови забезпечення конкурентоспроможності підприємства: застосування наукових підходів до стратегічного менеджменту; забезпечення єдності розвитку техніки, технології, економіки, управління; використання сучасних методів дослідження та розробок; врахування взаємозв'язку функцій управління на всіх стадіях життєвого циклу об'єкта; формування системи засобів забезпечення конкурентоздатності об'єкта.

Тема 5. Стратегії конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанного бізнесу

Сутність поняття «конкурентні стратегії». Фактори вибору стратегії.

Стратегії згідно із загальною конкурентною матрицею Портера. Стратегія лідерства за витратами, стратегія диференціації, сфокусовані стратегії диференціації і лідерства за витратами. Базові корпоративні стратегії. Стратегія блакитного та червоного океанів.

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ III. Методологія аналізу конкурентних переваг підприємств ГРБ

Тема 6. Моніторинг конкуренції

Бенчмаркінг: поняття, цілі та завдання. Конкурентний аналіз. Модель п'яти сил конкуренції М.Портера. Мета і методи аналізу конкурентів. Структура аналізу діяльності конкурентів. Джерела інформації про конкурентів. Методи збору інформації про конкурентів.

Тема 7. Методи аналізу конкурентних переваг

Стратегічний аналіз: поняття, різновиди, значення. SWOT-аналіз як основа формування конкурентоспроможності закладів індустрії гостинності. Аналіз конкурентів та бази концепції 4P.

Тема 8. Конкурентоспроможність персоналу та її вплив на ефективність діяльності закладів індустрії гостинності під час війни в Україні

Поняття «конкурентоспроможність працівника». Фактори формування конкурентоспроможності персоналу.

Розвиток персоналу як фактори підвищення його конкурентоспроможності.

Лідерство як один із чинників формування конкурентоспроможності персоналу.

Командоутворення – управлінський механізм розвитку навичок командної роботи колективу в процесі формування конкурентних переваг працівника ГРБ.

5. Теми лекційних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
		Денна форма
1	Тема 1. Предмет, метод та завдання дисципліни «Конкурентоспроможність закладів індустрії гостинності»	2
2	Тема 2. Соціально-економічні основи конкуренції та конкурентоспроможності	2
3	Тема 3. Формування конкурентних переваг підприємств ГРБ	2
4	Тема 4. Чинники забезпечення конкурентоспроможності підприємства	2
5	Тема 5. Стратегії конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанного бізнесу	2
6	Тема 6. Моніторинг конкуренції	2
7	Тема 7. Методи аналізу конкурентних переваг	2
8	Тема 8. Конкурентоспроможність персоналу та її вплив на ефективність діяльності закладів індустрії гостинності під час війни в Україні	2
	Разом	16

6. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
		Денна форма
1	Тема 1. Предмет, метод та завдання дисципліни «Конкурентоспроможність закладів індустрії гостинності»	1
2	Тема 2. Соціально-економічні основи конкуренції та конкурентоспроможності	1
	Разом	2

7. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
		Денна форма
1	Тема 3. Формування конкурентних переваг підприємств ГРБ	2
2	Тема 4. Чинники забезпечення конкурентоспроможності підприємства	2
3	Тема 5. Стратегії конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанного бізнесу	2
4	Тема 6. Моніторинг конкуренції	2
5	Тема 7. Методи аналізу конкурентних переваг	2
6	Тема 8. Конкурентоспроможність персоналу та її вплив на ефективність діяльності закладів індустрії гостинності під час війни в Україні	2
	Разом	12

8. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
		Денна форма
1	Тема 1. Предмет, метод та завдання дисципліни «Конкурентоспроможність об'єктів індустрії гостинності» Зростання актуальності проблем конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанного бізнесу (далі – ГРБ) країнах світу. Принципи, методи та технології формування конкурентних переваг. Системний та процесний підходи в дослідженні конкурентоспроможності.	10
2	Тема 2. Соціально-економічні основи конкуренції та конкурентоспроможності Модель посилення та розвитку конкуренції. (за А. Смітом). Конкуренція як рушійна сила ринку. Елементи механізму конкурентної боротьби. Еволюція поглядів на конкуренцію.	10
3	Тема 3. Формування конкурентних переваг підприємств ГРБ Причини інновацій, що дають конкурентну перевагу: нові технології; нові запити або запити покупців, що змінилися; поява нового сегменту ринку; зміна вартості або наявності компонентів збуту; зміни урядового регулювання.	11
4	Тема 4. Чинники забезпечення конкурентоспроможності підприємства Основні умови забезпечення конкурентоспроможності підприємства: застосування наукових підходів до стратегічного менеджменту; забезпечення єдності розвитку техніки, технології, економіки, управління; використання сучасних методів дослідження та розробок; врахування взаємозв'язку функцій управління на всіх стадіях життєвого циклу об'єкта; формування системи засобів забезпечення конкурентоздатності об'єкта.	12
5	Тема 5. Стратегії конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанного бізнесу Сутність поняття «конкурентні стратегії». Фактори вибору стратегії. Стратегії згідно із загальною конкурентною матрицею Портера. Стратегія лідерства за витратами, стратегія диференціації, сфокусовані стратегії диференціації і лідерства за витратами. Базові корпоративні стратегії. Стратегія блакитного та червоного океанів.	12
6	Тема 6. Моніторинг конкуренції Поняття бенчмаркінгу, його цілі і завдання. Конкурентний аналіз. Мета і методи аналізу конкурентів. Структура аналізу діяльності конкурентів. Джерела інформації про конкурентів. Методи збору інформації про конкурентів	11
7	Тема 7. Методи аналізу конкурентних переваг Стратегічний аналіз: поняття, різновиди, значення. SWOT-аналіз як основа формування конкурентоспроможності закладів індустрії гостинності. Аналіз конкурентів та бази концепції 4P	12
8	Тема 8. Конкурентоспроможність персоналу та її вплив на ефективність діяльності закладів індустрії гостинності під час війни в Україні Поняття «конкурентоспроможність працівника». Фактори формування	12

	конкурентоспроможності персоналу. Розвиток персоналу як фактори підвищення його конкурентоспроможності. Лідерство як один із чинників формування конкурентоспроможності персоналу. Командоутворення – управлінський механізм розвитку навичок командної роботи колективу в процесі формування конкурентних переваг працівника ГРБ	
	Разом	90

9. Індивідуальні завдання

(для студентів, які навчаються за графіком сприяння)

- Матеріали самопідготовки;
- Самостійні роботи: викладач індивідуально надає тему завдання студенту, суть якого полягає у підготовці презентаційного матеріалу.

10. Методи навчання

Під час вивчення студентами навчальної дисципліни «Конкурентоспроможність об'єктів індустрії гостинності» застосовуються такі методи навчання:

- *інтерактивні*: відповіді на запитання, опитування думок студентів; дискусії, полеміки; мозковий штурм; робота в групах.
- *активні*: моделювання ролі керівника ресторану (готелю), тренінги та майстер-класи.
- *інноваційні*: екскурсії; соціологічні та маркетингові дослідження; формування портфоліо.
- *наочні*: таблиці, графіки, діаграми, фотографії, відеоролики, кросворди, квести.
- *практичні*: аналіз ситуаційних вправ; написання наукових тез, статей.
- *методи дистанційного навчання*: відеоконференції, онлайн-зустрічі, індивідуальне та групове консультування, вікторини, бліц-опитування.

11. Методи контролю

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять в усній та письмовій формах (40 балів).

- Опитування.
 - Перевірка завдань для самостійної роботи.
 - Перевірка матеріалів самопідготовки.
 - Виконання завдань практичних занять.
 - Виконання індивідуальної роботи. Суть індивідуального завдання полягає в тому, що кожен студент повинен пройти безкоштовний on-line курс «Цифровий маркетинг» від компанії Google та отримати сертифікат.
- Режим доступу:
- <https://learndigital.withgoogle.com/digitalworkshop-ua>

Модульна контрольна робота – 10 балів.

Виконання індивідуального завдання – 50 балів.

Підсумковий контроль – диференційований залік (VIII семестр – денна форма) формується із загальної кількості балів отриманих завдяки поточному контролю, написанні МКР та виконанні індивідуального завдання.

11. Розподіл балів, які отримують студенти

Форма навчання/ види робіт	Поточне тестування та самостійна робота									Всього		
	ЗМ 1		ЗМ 2			ЗМ 3			Разом поточне	МКР	Індив.завд.	Разом
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8				
Денна (усього балів)	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-10	40	10	50	100
Опитування на семінарах	0-5	0-5	-	-	-	-	-	-	10			
Практичні роботи	-	-	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	30			

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
75-81	C		
68-74	D	задовільно	
61-67	E		
35-60	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни

12. Методичне забезпечення

До методичного забезпечення навчальної дисципліни відноситься:

- Робоча програма навчальної дисципліни

<https://repository.ldufk.edu.ua/handle/34606048/49>

- Силабус; <https://repository.ldufk.edu.ua/handle/34606048/24363>

- Підручники та навчальні посібники;

<https://repository.ldufk.edu.ua/handle/34606048/40>

- <https://repository.ldufk.edu.ua/handle/34606048/45>

- Конспект лекцій з дисципліни;

<https://repository.ldufk.edu.ua/handle/34606048/50>

- Методичні рекомендації та розробки викладача;

- <https://repository.ldufk.edu.ua/handle/34606048/349>

- Матеріали поточного та підсумкового контролю;

- <https://repository.ldufk.edu.ua/handle/34606048/11597>

- Контрольні завдання для заліку.

- <https://repository.ldufk.edu.ua/handle/34606048/4506>

13. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна:

1. Аналіз господарської діяльності: навчальний посібник / за заг. ред. І.В. Сіменко, Т.Д. Косової. - К.: "Центр учбової літератури", 2013. - 384 с. 15
2. Герасимчук В.Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2003. – 360 с.
3. Глобальний договір ООН (UN Global Compact, 2000) www.globalcompact.org.ua
4. Економічний аналіз: Навч. посіб. / Колектив авторів під керівництвом акад. НАНУ, проф. М. Г. Чумаченка. — 2-ге вид. — К.: КНЕУ, 2003. — 556 с.
5. Закон України «Про захист прав споживачів» // <http://www.rada.gov.ua>
6. Івахненко В. М., Горбаток М. І. Курс економічного аналізу: Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. — Вид. 2-ге, перероб. і доп. — К.: КНЕУ, 2005. — 302 с.
7. Кіндрацька Г.І. Стратегічний менеджмент: Навч. посіб. Вид.2. – К.: Знання, 2010. – 406 с.
8. Кодекс законів про працю України // Закони про працю. – К., 1997 – С.3-83.
9. Конституція України - К.: Преса України, 1997.- 80 с.
10. Косова Т. Д. Організація і методика економічного аналізу: навч. посібник / Т.Д. Косова, П.М. Сухарев, Л.О. Ващенко, І.В. Гречина, Н.Е. Дєєва; (за заг. ред проф. Т.Д. Косової) - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 528с.
11. Менеджмент організацій: Навч. посіб. Рекомендовано МОН / Шморгун Л.Г. — К., 2010. — 452 с., тв. пал. (ст. 20 пр.).
12. Менеджмент персоналу: навч. посібник / авт.. кол. – К.: УБС НБУ, 2011.-381 с.
13. Менеджмент персоналу: Навчально-методичний посібник для

організації самостійної та індивідуальної роботи.— Харків: ХІБС УБС НБУ, 2011.—354 с.

14. Мних Є.В. Економічний аналіз: підручник / Є.В. Мних. К.: Знання, 2011. — 630 с.

15. Нємцов В.Д., Довгань Л.Є. Стратегічний менеджмент. — К.: ТОВ «УВПК «ЕксОб», 2004. — 560 с.

16. Організація і методика економічного аналізу: Навчальний посібник / Г.І. Андрєєва, В.А. Андрєєва. — Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2009. — 353 с.

17. Петряєва З. Ф. Організація і методика економічного аналізу: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни / З. Ф. Петряєва, Г. Г. Хмеленко; Харківський національний економічний ун-т. - Х.: ХНЕУ, 2009. - 236 с.

18. Стратегічний менеджмент: Навч. посіб. — 2-ге вид., перероб. і доп. Рекомендовано МОН / Кіндрацька Г.І. — К., 2010. — 406 с., тв. пал., (ст. 5 пр.).

19. Шершньова З. Є., Оборська С. В. Стратегічне управління: Навч. посіб. — К.: КНЕУ, 2002. — 384 с.

Допоміжна:

20. Гузар, У., Голод, А., Паска, М., Петришин, Н., Тесля, О., & Тихоновський, М. (2024). ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ. Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice, 3(56), 410–422. <https://doi.org/10.55643/fcaptp.3.56.2024.4371>

21. Гузар, У., Назар, М., Кобрин, А. (2024). ІНСТИТУЦІЙНІ АСПЕКТИ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ. Baltic Journal of Economic Studies , 10 (1), 54-62. <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2024-10-1-54-62>

22. Гузар, У. (2024). ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ. Економіка та суспільство, (59). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-112>

23. Кобрин, А. Г., & Гузар, У. Є. (2023). Концептуальні основи управління персоналом у закладах індустрії гостинності. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління, (8). <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-8-12-01>

24. Островська, Г. Й. Управління креативністю персоналу в закладах індустрії гостинності / Г. Й. Островська, У. Є. Гузар // Центральнотраїнський науковий вісник. Економічні науки : зб. наук. пр. – Кропивницький : ЦНТУ, 2023. – Вип. 9(42). – С. 83-90.

25. Гушко С. В. Фінансовий аналіз: навч. посіб. / С. В. Гушко, А.В. Шайкан, Н.П. Шайкан, О.А. Гушко. - Вид. 2-е, перероб. і допов. - Кривий Ріг: Чернявський Д. О., 2011. – 174 с.

26. Ковальчук К.Ф Аналіз господарської діяльності: теорія, методика, розбір конкретних ситуацій.: навчальний посібник / К.Ф.Ковальчук - К.: Центр учбової літератури, - 2012. – 326 с.

27. Купалова Г.І. Теорія економічного аналізу: Навч. посіб. / Г.І. Купалова. – К.: Знання, 2008. – 639 с. 16

28. Основи конфліктології та теорії переговорів: Навч. пос. / Цюрупа М.В.- К, 2009 - 190 с.

29. Проблеми теорії і практики менеджменту: Навч.-метод. пос./ кол. Авторів – К:Знання, 2009 - 312 с.

30. Прокопенко І.Ф. Методика і методологія економічного аналізу: навч. посібник для студ. вищих навч. закл. / І. Ф. Прокопенко, В. І. Ганін. - К.: ЦУЛ, 2008. - 430 с.

31. Шморгун Л.Г. Менеджмент організацій: навчальний посібник. - К: Знання, 2010.-452 с.

Інформаційні ресурси Інтернет

1. UEPLAS. Українсько-європейський центр з питань законодавства <http://www.ueplac.kiev.ua/>

2. Асоціація наукової співпраці Схід–Захід <http://www.intas.be/mainfs.htm>

3. ЕВРИКА. Європейська мережа промислових досліджень та розвитку (EUREKA) <http://www.eureca.be/>

4. ЄВРОПА – сервер Європейського Союзу <http://www.europa.eu.int/>

5. ЄІФ. Європейський Інвестиційний Фонд, підтримка середніх та довгострокових інвестицій (EIF) <http://www.eif.org/>

6. Інформація про євро на сервері ЄС “Європа”/ The European Union’s Server “Europe” <http://www.europa.eu.int/euro>

7. КОРДІС. Інформаційна служба досліджень та розвитку Європейської Комісії (CORDIS) <http://www.cordis.lu>

8. Офіс офіційних публікацій ЄС. Надає найважливіші новини та інформацію про установи ЄС, публікації, стратегії та інші пов'язані з цим теми <http://www.eur-op.eu.int/>

9. Офіційний сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.

10. Офіційний сайт Міністерства фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua>.

11. Офіційний сайт Секретаріату мережі Глобального договору в Україні: www.globalcompact.org.ua.

12. Український сайт з маркетингу та реклами <http://marketingmix.com.ua/>

13. Центр науки і технології в Україні <http://www.stcu.kiev.ua/>

14. Політика щодо академічної доброчесності

Політика щодо академічної доброчесності учасників освітнього процесу формується на основі дотримання принципів академічної доброчесності з урахуванням норм відповідно до Положення про дотримання академічної доброчесності ЛДУФК імені Івана Боберського <https://www.ldufk.edu.ua/wp-content/uploads/2023/06/polozhennja-pro-dobrochesnist-04-20.pdf>.

15. Політика визнання результатів навчання набутих шляхом неформальної освіти

Студенти, які здобули освітні компетентності, за межами ЛДУФК імені Івана Боберського, при їх відповідності постреквізітам освітньої програми, можна перезарахувати їх результати у якості виконання зарахованої теми відповідно до Положення про порядок визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті https://www.ldufk.edu.ua/wp-content/uploads/2023/02/polozhennia_neformalna_osvita.pdf.

Рекомендовано, для удосконалення професійних знань та навиків проходити онлайн-курси на освітніх платформах: <https://learndigital.withgoogle.com/digitalworkshop-ua>, <https://prometheus.org.ua/>.

Використання **ШІ (штучного інтелекту)** у процесі навчання. Одна з найважливіших переваг штучного інтелекту в освіті – це його здатність забезпечувати персоналізований досвід навчання. Саме тому, навчальним курсом передбачено проходження онлайн-курсу про застосування штучного інтелекту (AI) для роботи та бізнесу за покликанням https://rsvp.withgoogle.com/events/ai-basics_2023_short/home. Сертифікат, який студент отримає після проходження онлайн-курсу є підставою для перезарахування балів (30 балів) у рамках політики неформальної освіти.