



Силабус навчальної дисципліни

«Управління послугами люкс-сегменту»

Спеціальність	24 "Сфера обслуговування"
Освітня програма	242 «Туризм»
Освітній рівень	Другий (магістерський)
Статус дисципліни	Базова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	1 курс Магістратура, 1 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	5
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 20 год. Практичні – 20 год. Самостійна робота – 110 год.
Форма підсумкового контролю	Іспит
Кафедра	Туризму, проспект Науки 9-А, м. Харків, 1-ий корпус, ауд. 316. Тел. 38(057)758-77-26 (дод. 451) http://www.hneu.edu.ua/Department_of_tourism
Викладач	Ахмедова Олена Олегівна, доцент кафедри туризму, кандидат наук з державного управління;
Контактна інформація викладача	yelena.akhmedova@hneu.net
Дні занять	Згідно діючого розкладу занять
Консультації	Відповідно до графіку
Метою вивчення дисципліни є формування системи теоретичних знань та прикладних вмінь і навичок щодо методологічного апарату державного управління туристичною діяльністю для вирішення конкретних економічних завдань, що виникають у сфері туристичної індустрії.	
Передумови для навчання	
<i>Маркетинг, Міжнародна економіка, світове господарство і міжнародні економічні відносини, Маркетингові комунікації / Знання основ маркетингу, маркетингових комунікацій, розвитку світового господарства та міжнародних економічних відносин</i>	
Зміст навчальної дисципліни	
Змістовий модуль 1. Сутність та особливості люкс-сегменту	
Тема 1. Сутність поняття «люкс-сегмент» («luxury»).	
Тема 2. Зміст портфеля бренду. Ідентичність та система атрибутів бренду.	
Тема 3. Модель брендингу люксових товарів та послуг. Створення споживчої цінності товару.	
Тема 4. Світовий ринок люксових брендів та послуг. Провідні галузі товарів та послуг класу люкс.	
Тема 5. Інтернет – маркетинг в стратегії просування люкс-брендів.	
Змістовий модуль 2. Управління послугами люкс-сегменту	
Тема 6. Споживчий простір товарів та послуг люкс-сегменту.	
Тема 7. Мотиваційні аспекти споживчої поведінки товарів та послуг люкс-сегменту.	
Тема 8. Мотиваційні аспекти виробничої поведінки товарів та послуг люкс-сегменту.	
Тема 9. Особливості сучасного туризму у люкс-сегменті.	
Тема 10. Організація сервісу та сервісних процесів в готелях та ресторанах люкс-сегменту.	
Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни	
<i>Для опанування навчальної дисципліни необхідним є використання мультимедійних засобів</i>	
Сторінка курсу на платформі Moodle (персональна навчальна система)	РНПД, Технологічна карта, лекції, завдання для практичних та самостійних занять, інформаційні матеріали, завдання для перевірки знань. (https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=6790)
Рекомендовані джерела	



Основні джерела: 1. Кендюхов О.В. Бренд-менеджмент: [навч. посібник] / О.В. Кендюхов, К.Ю. Ягельська, Д.С. Файвішенко. – Донецьк: ДонНТУ, 2013. – 459 с. 2. Мороз О.В. Теорія сучасного брендингу: [монографія] / О.В. Мороз. – Вінниця: Універсум „Вінниця”, 2013. – 104 с. 3. Мазаракі, А. А. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг): монографія / А. А. Мазаракі, Т.І. Ткаченко, С. В. Мельниченко та ін.; за заг. ред. А. А. Мазаракі. – К. : Київ. Нац. торг.-екон. ун-т, 2013. – 388 с. 4. Chevalier M., Mazzalovo G. Luxury brand management: A world of privilege. – John Wiley & Sons Singapore Pte. Ltd. – 2012. – 338. 5. Derval D. Designing luxury brands the science of pleasing customers' senses. – Springer International Publishing AG. – 2018. – 184 p. Допоміжні джерела: 6. Choi Tsan-Ming. Luxury fashion retail management. – Springer Nature Singapore Pte Ltd. – 2017. – 204. 8. Gardetti M., Muthu S. Sustainable luxury, entrepreneurship, and innovation. – Springer Nature Singapore Pte Ltd. – 2018. – 215 p.

Система оцінювання результатів навчання

Система оцінювання включає поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення лекційних та практичних й оцінюється сумою набраних балів; підсумковий модульний контроль, що проводиться у формі письмової контрольної роботи. В процесі поточного контролю студенти мають отримати накопичувально не менше 35 балів для допуску до іспиту. Іспит здійснюється у письмовій формі за екзаменаційними білетами. Відповіді студентів оцінюються за максимальною кількістю балів – 40.

Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни

Види навчальної роботи	Мах кількість балів
Лекції (активна робота)	10
Практичні заняття (активна робота)	10
Завдання за темами	16
Презентація (доповідь)	6
Поточні КР	8
Участь у науковій роботі	10
Іспит	40
Максимальна кількість балів	100

Відповідність шкали оцінювання ЄКТС національній системі оцінювання та ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену (іспиту), диференційованого заліку, курсового проекту (роботи), практики, тренінгу	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D		
60 – 63	E	задовільно	не зараховано
35 – 59	FX	незадовільно	
1 – 34	F		

Політики навчальної дисципліни

Під час вивчення даної дисципліни обов'язковим є дотримання політики дотримання академічної доброчесності, політики щодо пропусків занять та політики щодо виконання завдань пізніше встановленого терміну.

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни.



ький національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Силабус затверджено на засіданні кафедри туризму «26» серпня 2020 р. Протокол №1