

КОНТРОЛІНГ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Мета курсу є вивчення організаційно-методичних основ створення системи контролінгу інформаційної політики на туристичному підприємстві, формування цільових функцій та елементів системи контролінгу та використання методів прийняття управлінських рішень в контролінгу.

Міжпредметні зв'язки. Курс «Контролінг інформаційної політики туристичного підприємства» має безпосередній зв'язок із такими дисциплінами, як: «Філософія та соціологія туризму», «Управління якістю туристичних послуг», «Актуальні питання забезпечення правового функціонування галузі туризму», «Державне та регіональне управління в галузі туризму» тощо.

Процес вивчення дисципліни спрямований на формування таких компетентностей: аналізу взаємозв'язку контролінгу з іншими функціями управління туристичним підприємством; місця служби контролінгу в організаційній структурі підприємства та структури складу служби контролінгу, інформаційні потоки на підприємстві.

Програмні результати навчання:

знати: сутність та характеристики основних понять контролінгу інформаційної політики підприємств туризму; види аналізу діяльності підприємств туризму та його інформаційне забезпечення; систему комплексного фінансово-економічного аналізу діяльності підприємств туризму; математичне, програмне та інформаційне забезпечення нових інформаційних технологій (НІТ);

вміти: аналізувати обсяги виробництва та реалізації туристичного продукту (послуг); методику проведення аналізу наявності і використання основних засобів підприємств туризму; розбиратися в інформаційно-довідкових системах у менеджменті на туристичному підприємстві;

володіти: здатністю тлумачити та використовувати на практиці базові поняття контролінгу інформаційної політики туристичного підприємства; здійснювати підбір необхідної інформації за даними бухгалтерського та оперативного обліку, фінансової та статистичної звітності; здатністю аналізувати інформаційні технології формування бізнес-планів та CASE-технологій.

Зміст навчальної дисципліни:

Важливу роль відіграють інформаційні технології у виконанні маркетингових функцій підприємствами туристичної індустрії, оскільки саме вони спрощують вирішення складних завдань у динамічному діловому

оточенні, яке постійно змінюється. Контролінг інформаційною політикою туристичного підприємства забезпечує підтримку маркетингу двома основними способами: шляхом надання інформації, необхідної для прийняття маркетингових рішень, забезпечення каналами для надання послуг новими способами.

Одним із суб'єктів туристичного ринку є постачальники послуг, які рекламують та продають свої послуги через інтернет. Крім того, вони отримують оперативну інформацію, надійний та ефективний зв'язок, можливість використовувати системи бронювання і резервування, оперативного пошуку та оплати "гарячих" турів, квитків та інших послуг, участь в електронних міжнародних та міжрегіональних туристичних виставках та ярмарків. З появою та розвитком інтернет змінюються психологія споживача, функції і політика діяльності туристичних підприємств. На думку деяких спеціалістів, туристичні підприємства з часом перекваліфікуються в гідів по комп'ютерних мережах, тобто основним завданням підприємств стане допомога в пошуку необхідної інформації в інтернеті та контролінгу інформаційної безпеки турфірми.

Обсяг вивчення навчальної дисципліни: 3,5 кредити ЄКТС, загальний обсяг 105 годин, у т.ч. – 36 годин аудиторних занять і 69 годин – самостійна та індивідуальна робота.

Форма семестрового контролю: залік.