

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

«МАРКЕТИНГ ГОТЕЛЬНОГО І РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА»

Спеціальність	241 Готельно-ресторанна справа
Освітня програма	Готельно-ресторанна справа
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Статус навчальної дисципліни	вибіркова
Курс / семестр вивчення	5 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	5
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції - 32 год.
	Практичні, семінарські заняття - 32 год.
	Самостійна робота - 86 год.
Вид індивідуального завдання	Контрольна робота
Форма підсумкового контролю	залік
Кафедра (назва, № кабінету, контактний телефон, e-mail)	Кафедра готельно-ресторанної справи та туризму
Викладач /і:	Сарана Леся Анатоліївна, к. е. н., доцент
Контактна інформація викладача/ів:	E-mail: S_lesya@ukr.net
Дні занять	Згідно з розкладом
Консультації	Очні консультації: згідно з графіком Дистанційні: Classroom, електронна пошта, групи у Вайбері, Телеграмі
Анотація навчальної дисципліни:	
<p>«Маркетинг готельного і ресторанного господарства» – одна із дисциплін, яка має бути невід'ємною складовою сучасної бізнес-освіти фахівців готельного та ресторанного господарства. Вивчення маркетингу готельного та ресторанного господарства відіграє важливу роль: сприяє формуванню у студентів цілісної системи знань про маркетинг, здобуттю практичних навичок проведення маркетингових досліджень, аналізу ринку, розробці стратегічних маркетингових планів, прийняття рішень в умовах постійних змін макро- і мікрооточення підприємств готельного і ресторанного господарства.</p>	
Мета навчальної дисципліни:	є формування сучасної системи поглядів та спеціальних знань у галузі маркетингу, набуття практичних навичок щодо просування послуг на ринку готельного і ресторанного бізнесу з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємства.
Мета орієнтована на формування у студентів таких компетентностей:	ЗК 3. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності; ЗК 6. Здатність проведення досліджень на відповідному

	<p>рівні.</p> <p>ЗК 7. Здатність до вироблення нових ідей (креативність).</p> <p>СК 04. Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії.</p> <p>СК 08. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання готельних та ресторанних послуг для різних сегментів споживачів.</p> <p>СК 12. Здатність ініціювати концепцію розвитку бізнесу, формулювати бізнес-ідею розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.</p>
<p>Програмні результати навчання (відповідно до освітньо-професійної програми)</p>	<p>ПРН 9. Показати застосування інноваційних підходів до організації готельно-ресторанного бізнесу.</p> <p>ПРН 11. Організувати сервісно-виробничий процес з урахуванням вимог і потреб споживачів та забезпечувати його ефективність.</p> <p>ПРН 14. Формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах гостинності, навички взаємодії (робота в команді)</p> <p>Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії (робота в команді).</p> <p>ПРН 16. Проектувати процес надання основних і додаткових послуг у підприємствах (зкладах) готельного та ресторанного господарства, санаторно-курортних закладах.</p>
<p>Очікувані результати навчання:</p>	<p>ОРН 1. Знати основи методичного інструментарію маркетингу, отримати навички творчого критичного підходу до оцінки викладених у спеціальній методичній літературі точок зору щодо маркетингу, діючого механізму реалізації маркетингу на підприємствах готельного і ресторанного господарства та розроблення обґрунтованих пропозицій щодо його удосконалення;</p> <p>ОРН 2. Отримання навичок впровадження і використання маркетингу в практиці діяльності підприємств на ринках індустрії гостинності;</p> <p>ОРН 3. Навчитись конкретним прийомам поведінки та активної маркетингової діяльності в умовах динамічного маркетингового середовища.</p> <p>ОРН 9. Розуміти теоретичні аспекти, види та принципи сегментації туристичного ринку, принципи диференціації та позиціонування туристичного продукту;</p> <p>ОРН 15. Знати особливості функціонування середовища ринку туристичних послуг;</p> <p>ОРН 16. Орієнтуватися в потребах і тенденціях ринку туристичних послуг;</p> <p>ОРН 17. Критично осмислювати і аналізувати події пов'язані з сферою туристичного бізнесу;</p>

	<p>ОРН 18. Проводити дослідження поведінки споживача туристичних послуг; ОРН 19. Збирати та обробляти маркетингову інформацію.</p>
--	---

Зміст навчальної дисципліни

1. Поняття маркетингу, його основні види та методи, історичні етапи розвитку.
2. Аналіз маркетингового середовища.
3. Сутність та специфіка маркетингу послуг.
4. Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку та можливостей підприємств.
5. Основні поняття та показники діяльності підприємств громадського харчування та готельного господарства.
6. Товарна політика підприємств готельного та ресторанного господарства.
7. Цінова політика підприємств готельного та ресторанного господарства.
8. Політика розповсюдження послуг підприємств готельного та ресторанного господарства.
9. Комунікаційна політика підприємств готельного та ресторанного господарства.
10. Планування маркетингу підприємств готельного та ресторанного бізнесу.

Рекомендовані джерела:

1. Вачевський М. В., Скотний В. Г. Маркетинг в сферах послуг: навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2004. 232 с.
2. Басюк Т.П., Керанчук Т.Л. Економіка готельно-ресторанного бізнесу : навч. посіб. Київ: НУХТ, 2018. 282 с
3. Мальська М.П. Готельний бізнес : навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 472 с.
4. Іванова Л. О., Семак Б.Б., Вовчанська О.М. Маркетинг послуг : навчальний посібник. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с.
5. Андренко І. Б. Менеджмент готельно-ресторанного господарства : підручник / І. Б. Андренко, О. М. Кравець, І. М. Писаревський ; Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ, 2014. – 431 с.

Система оцінювання результатів навчання:

	70 балів (поточний контроль)	30 балів (контроль виконання індивідуальних завдань)
Залік		

Мінімальний пороговий рівень з кожного виду контролю:

	45 балів (поточний контроль)	15 балів (контроль виконання індивідуальних завдань)
Залік		

Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни (поточний контроль) відбувається під час оцінювання контролю знань таких видів навчальних робіт:

- 1) Доповіді, виступи на семінарських заняттях;
- 2) Усне опитування;
- 3) Електронне тестування;

- 4) *Письмові роботи з засвоєння тем курсу;*
 5) *Виконання індивідуального завдання;*
 6) *Виконання завдань самостійної роботи.*

Кожний вид поточної навчальної роботи студента оцінюється за 5-бальною шкалою.

Шкала оцінювання результатів навчання:

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Шкала ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проєкту (роботи)	для заліку
90-100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Політика курсу:

Політика дотримання академічної доброчесності

Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, списування.

За порушення академічної доброчесності студенти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання (контрольна робота, іспит тощо); повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми.

Комунікаційна політика

Студенти повинні мати активовану університетську пошту.

Обов'язком студента є перегляд новин на Телеграм-каналі.

Протягом тижнів самостійної роботи обов'язком студента є робота з дистанційним курсом «Маркетинг готельного і ресторанного господарства».

Політика щодо пропусків занять

Студенти мають відвідувати лекційні й семінарські заняття. Відсутність студента на занятті може бути виправдана поважною причиною. Поважними причинами відсутності вважаються: хвороба, участь у Всеукраїнській студентській олімпіаді, Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт чи будь-якому іншому заході, який можна віднести до заходів, що сприяють розвитку студентів і поліпшенню іміджу університету (факультету).

Політика щодо виконання навчальних завдань пізніше встановленого терміну

Студенти мають виконувати всі навчальні завдання у встановлені терміни. Студент, який не виконав ту чи іншу кількість навчальних завдань вчасно й хоче надолужити прогаяне, може звернутися по допомогу до викладача.

Політика щодо оскарження оцінювання

Якщо студент не згоден з оцінюванням його знань він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку.

Бонуси

Студенти, які регулярно відвідували лекції (мають не більше двох пропусків без поважних причин) та мають написаний конспект лекцій отримують додатково 2 бали до результатів оцінювання до підсумкової оцінки.

Силабус відповідає змісту освітньої програми «Готельно-ресторанна справа», спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» (а саме: відповідність назві дисципліни, кількості кредитів, формі підсумкового контролю, набору компетентностей і результатів навчання), яка пройшла процедуру рецензування стейкхолдерами.