



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ ГОТЕЛЬНО – РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ»

Ступінь вищої освіти - Бакалавр

Спеціальність 241 «Готельно – ресторанна справа»

Освітня програма «ГРС»

Рік навчання 3 , семестр 5

Форма навчання денна

Кількість кредитів ЄКТС 6

Мова викладання українська (українська, англійська, німецька)

Лектор дисципліни:

Мосіюк Стефанія Іванівна, кандидат економічних наук,
доцент

**Контактна інформація
лектора (e-mail):**

4stefani2@gmail.com

**Сторінка дисципліни в
eLearn :**

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=4605>

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

(до 1000 друкованих знаків)

Навчальна дисципліна «Маркетинг готельно – ресторанного бізнесу» призначена для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня відповідно до ОПП підготовки бакалаврів за галуззю знань 24 «Сфера обслуговування» за спеціальністю 241 «Готельно – ресторанна справа».

Актуальність вивчення даної дисципліни зумовлюється впровадженням в господарську діяльність підприємств гостинності маркетингових рішень, тому курс «Маркетинг ГРБ» є невід’ємною частиною програми підготовки фахівців з готельної та ресторанної справи.

Мета навчальної дисципліни «Маркетинг ГРБ» є формування у студентів сучасної цілісної системи поглядів та спеціальних знань у сфері маркетингу, набуття практичних навичок та засвоєння теоретичних основ маркетингової діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу, опанування сучасних методик проведення аналізу маркетингового середовища, вибору цільового сегмента споживачів, розробки ефективної товарної, цінової, комунікаційної політики та політики розповсюдження.

Завдання навчальної дисципліни полягають в засвоєнні знань з основ маркетингової діяльності, розуміння сутності маркетингу підприємств в готельно – ресторанному бізнесі, його особливостей, вивчення ринку послуг, його структуризації на різних рівнях, регулювання і нормативного забезпечення, засвоєння особливостей маркетингового інструментарію в діяльності підприємств гостинності, уміння використовувати набуті знання в практичній діяльності.

Компетентності ОП:

Інтегральна компетентність: Здатність розв’язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми діяльності суб’єктів готельного і ресторанного бізнесу, що передбачає застосування теорій та методів системи наук, які формують концепції гостинності і характеризується комплексністю і невизначеністю умов

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК 01. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку

предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, вести здоровий спосіб життя.

ЗК 04. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій

ЗК 05. Здатність працювати в команді.

ЗК 06. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК 09. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу

ЗК 11. Здатність спілкуватися іноземною мовою

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

СК 07. Здатність розробляти нові послуги (продукцію) з використанням інноваційних технологій виробництва та обслуговування споживачів

СК 13. Здатність здійснювати планування, управління і контроль діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу

СК 15. Здатність розробляти проекти підприємств готельно-ресторанного бізнесу у відповідності до запитів споживачів з урахуванням проблем розвитку індустрії гостинності.

СК 16. Здатність розробляти об'ємно-планувальні та дизайнерські рішення підприємств готельного та ресторанного господарства

СТРУКТУРА ДИЦИПЛІНИ

Тема	Години (лекції/ практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
Змістовний модуль 1. Теоретичні засади маркетингу підприємств гостинності				
Тема 1. Основи маркетингової діяльності підприємства, основні елементи та види маркетингу	4/4	<i>Знати</i> основні поняття, визначення та терміни дисципліни; теоретичні та методологічні основи аналізу ринку та підходи до його проведення; склад маркетингового середовища і підприємства; етапи розробки стратегічної маркетингової програми; методи проведення ситуаційного аналізу та аналізу стратегічного господарського портфелю послуг підприємств готельного і ресторанного бізнесу; основні підходи до сегментування ринку та позиціонування на ньому послуг підприємства; основні напрями і складові маркетингового комплексу підприємства; теоретико-методологічні підходи щодо оцінювання конкурентоспроможності підприємств готельного та	Здача індивідуальної чи практичної роботи. Написання тестів, есе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn) Розв'язок задач, тощо.	14
Тема 2. Маркетингове середовище підприємства.	4/4			14
Тема 3. Сутність та специфіка маркетингу послуг	2/2			7
Тема 4. Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку та можливостей підприємств	4/4			14
Тема 5. Основні поняття та показники підприємств громадського харчування та	2/2			7

готельного господарства		ресторанного господарства; цілі, етапи та структуру плану маркетингу. вміти застосовувати різні концепції управління маркетингом для удосконалення маркетингової діяльності підприємств готельного і ресторанного господарства; виявляти потреби споживачів; аналізувати оточуюче маркетингове середовище та вплив контрольованих і неконтрольованих чинників на діяльність підприємств; проводити маркетингові дослідження та збирати маркетингову інформацію; застосовувати різні підходи до аналізу господарського портфелю послуг підприємств готельного та ресторанного бізнесу та розробляти стратегію їх зростання; проводити сегментацію ринку за різними ознаками.	
Самостійна робота 1			14
<i>Тест до змістовного модуля 1</i>			30
<i>Всього за змістовним модулем 1</i>			100
Змістовний модуль 2. Управління маркетинговою діяльністю підприємств ГРБ			
Тема 6. Товарна політика підприємств готельного та ресторанного господарства	4/4		14
Тема 7. Цінова політика підприємств готельного та ресторанного господарства.	2/2		7
Тема 8. Політика розповсюдження послуг підприємств готельного та ресторанного господарства	2/2		7
Тема 9. Комунікаційна політика підприємств готельного та ресторанного господарства.	2/2	<i>вміти</i> здійснювати позиціонування послуг підприємств; розробляти комплекс маркетингу і формувати товарну, цінову, збутову та політику просування послуг на ринку; оцінювати рівень конкурентоспроможності підприємства; практично формувати розділи плану маркетингу.	7
Тема 10. Планування маркетингу підприємств готельного та ресторанного бізнесу	4/4		14
Самостійна робота 2		Поглиблення теоретичних та практичних знань в управлінні маркетинговою діяльністю	21
<i>Тест до змістовного модуля 2</i>		<i>Показати достатні знання з вивченого матеріалу</i>	30
<i>Всього за змістовним модулем 2</i>			100
Всього за семестр (навчальна робота 70%)			70
Екзамен			30
Всього за курс			100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів та перескладання:	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
Політика щодо академічної доброчесності:	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Курсові роботи, реферати повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу
Політика щодо відвідування:	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в он-лайн формі за погодженням із деканом факультету)

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ СТУДЕНТІВ

Рейтинг студента, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів заліків	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано

Рекомендовані джерела

1. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика [Текст] : підручник / М. Мальська, І. Пандяк ; М-во освіти і науки України, Львівський нац. ун-т ім. І. Франка. - К. : Центр учбової літератури
2. Менеджмент готелю: економіко-організаційні аспекти : навчальний посібник / Х. Роглев [та ін.] ; ред. Г. Мунін ; Мукачівський державний університет. - К. : Кондор
3. Мостова Л. М. Організація обслуговування на підприємствах ресторанного господарства [Текст] : навч. посібник для студ. вищих навч. закладів / Л. М. Мостова, О. В. Новікова. - К. : Ліра-К
4. Організація готельного господарства [Текст] : навчальний посібник / О. Головка [та ін.] ; М-во освіти і науки України, Мукачівський державний університет. - К. : Кондор