



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ ПІДПРИЄМСТВ ГРБ»

Ступінь вищої освіти - Бакалавр

Спеціальність **242 «Туризм»**

Освітня програма «Туризм»

Рік навчання 3 , семестр 6

Форма навчання денна

Кількість кредитів ЄКТС 4

Мова викладання українська (українська, англійська, німецька)

Лектор дисципліни:

к.е.н., доцент Мосіюк С.І.

Контактна інформація
лектора (e-mail):

4stefani2@gmail.com

Сторінка дисципліни в
eLearn :

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

(до 1000 друкованих знаків)

Навчальна дисципліна «Маркетинг підприємств ГРБ» 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 підприємств ГРБ» є невід'ємною частиною програми підготовки фахівців з готельної та ресторанної справи.

Мета навчальної дисципліни «Маркетинг підприємств 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.

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Тема	Години (лекції/ практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оцінюванн я
1 семестр				
Модуль 1				

Тема 1. Основи маркетингової діяльності підприємства, основні елементи та види маркетингу	4/4/6	<i>Знати</i> основні поняття, визначення та терміни дисципліни; теоретичні та методологічні основи аналізу ринку та підходи до його проведення; склад маркетингового середовища 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 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	Здача індивідуально і чи практичної роботи. Написання тестів, есе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn) Розв'язок задач, тощо.	7
Тема 2. Маркетингове середовище підприємства.	4/4/6			7
Тема 3. Сутність та специфіка маркетингу послуг	2/2/6			7
Тема 4. Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку та можливостей підприємств	4/4/6			7
Тема 5. Основні поняття та показники підприємств громадського харчування та готельного господарства	2/2/6			7
Тема 6. Товарна політика підприємств готельного та ресторанного господарства	4/4/6			7
Тема 7. Цінова політика підприємств готельного та ресторанного господарства.	2/2/6			7

Тема 8. Політика розповсюдження послуг підприємств готельного та ресторанного господарства	2/2/6	середовище та вплив контрольованих і неконтрольованих чинників на діяльність підприємств; проводити маркетингові дослідження та збирати маркетингову інформацію;		7
Тема 9. Комунікаційна політика підприємств готельного та ресторанного господарства.	2/2/6	застосовувати різні підходи до аналізу господарського портфелю послуг підприємств готельного та ресторанного бізнесу		7
Тема 10. Планування маркетингу підприємств готельного та ресторанного бізнесу	4/4/6	та розробляти стратегію їх зростання; проводити сегментацію ринку за різними ознаками.		7
		<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.		
Всього за 1 семестр				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
<i>Політика щодо відвідування:</i>	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 ЗНАНЬ 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