



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ В ТУРИСТИЧНОМУ ТА ГОТЕЛЬНО – РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ»

Ступінь вищої освіти - Магістр

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітня програма «Управління туристичним та готельно-ресторанним бізнесом»

Рік навчання 1 , семестр 2

Форма навчання денна

Кількість кредитів ЄКТС 4

Мова викладання українська (українська, англійська, німецька)

Лектор дисципліни:

к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно – ресторанного бізнесу і консалтингу С.І.Мосіюк

Контактна інформація
лектора (e-mail):

4stefani2@gmail.com

Сторінка дисципліни в
eLearn :

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=4265>

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

(до 1000 друкованих знаків)

Навчальна дисципліна «Стратегічний маркетинг в туристичному та готельно – ресторанному бізнесі» призначена для здобувачів другого рівня вищої освіти (магістр) відповідно до ОПП підготовки магістрів за спеціальністю 073 «Менеджмент» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» ОПП «Управління туристичним та готельно-ресторанним бізнесом»

Актуальність вивчення даної дисципліни зумовлюється впровадженням в господарську діяльність підприємств туристичної галузі маркетингових умінь в розробленні ефективної лінії поведінки фірми на ринку, тому курс «Стратегічний маркетинг в туристичному та готельно – ресторанному бізнесі» є невід’ємною частиною програми підготовки фахівців з туризму.

Метою навчальної дисципліни «Стратегічний маркетинг в туристичному та готельно – ресторанному бізнесі» є формування системи теоретичних знань із маркетингових стратегій і практичних навичок управління стратегічною маркетинговою діяльністю закладів туристичної та готельно – ресторанної сфери на базі вивчення законодавчих документів, нормативної, спеціальної, довідкової літератури та ресурсів всесвітньої мережі Інтернет.

Завдання навчальної дисципліни полягають в опануванні основних понять та навичок для управління закладами туристичної індустрії гостинності, вивченні сутності та сфери стратегічного маркетингу, дослідженні впливу маркетингового середовища на стратегічну діяльність підприємств, формуванні вмінь маркетингового стратегічного аналізу, розробленні маркетингових стратегій та інноваційної політики, які спрямовані на задоволення потреб споживачів послуг

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Тема	Години (лекції/ практичні, семінарсь кі)	Результати навчання	Завдання	Оцінюван ня
1 семестр				

Модуль 1				
Тема 1 Сутність та сфера стратегічного маркетингу	2/2	<i>Знати</i> шляхи розв'язання будь-яких практичних завдань	Здача індивідуальної практичної роботи. Написання тестів, есе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn) Розв'язок задач, тощо.	5
Тема 2 Маркетингове стратегічне планування	2/2	для оцінки становища підприємства туристичної та		5
Тема 3 Аналіз маркетингового середовища підприємства	4/4	готельно-ресторанної сфери на ринку ;методи аналізу стратегій		9
Тема 4 Маркетингова стратегічна сегментація та позиціонування закладів готельно-ресторанного та туристичного сектору на ринках	4/4	сегментування, позиціонування, зростання підприємства, управління портфелем туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, товарного та сервісного «міксу», каналів розподілу, просування, ціноутворення, конкурентних стратегій тощо.		8
Тема 5 Маркетингові стратегії зростання та диверсифікації	2/2	<i>Вміти</i> вирішувати маркетингові завдання та виконувати відповіді функцій, а також бути здатними до творчого пошуку напрямків та резервів удосконалення стратегічної маркетингової		5
Тема 6 Маркетингові стратегії ціноутворення	4/4	діяльності підприємств туристичної та		9
Тема 7 Маркетингове стратегічне управління портфелем бізнесу підприємства	4/4	готельного – ресторанної сфери		9
Тема 8 Основні теорії конкурентної переваги. Конкурентний статус підприємств туристичного та готельно-ресторанного сектору	2/2	<i>Аналізувати</i> ринок туристичного та готельно – ресторанного бізнесу.		5
Тема 9 Маркетингові стратегії диференціації	2/2	<i>Планувати</i> діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах; синтезувати рішення щодо інноваційних та інвестиційних можливостей суб'єкта туристичного та		5
Тема 10 Маркетингові конкурентні стратегії	2/2			5
Тема 11 Сіті-маркетинг і сіті-брендінг як інструмент управління туристичним іміджем в умовах міжрегіональної конкуренції	2/2			

		готельно-ресторанного бізнесу. <i>Розробляти</i> та <i>впроваджувати</i> стратегії, інструменти і методи управління, засновані на системних і комплексних підходах; ефективні заходи щодо лінії поведінки підприємств туристичної та готельно – ресторанної сфери на ринку.		
Всього за 1 семестр				70
Екзамен				30
Всього за курс				100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

<i>Політика щодо дедлайнів та перескладання:</i>	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).
<i>Політика щодо академічної доброчесності:</i>	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 ЗНАЇНЬ 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