

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**
Кафедра готельно – ресторанної справи та туризму



ЗАТВЕРДЖУЮ:

Директор ІНІ неперервної освіти і туризму
д.ю.н., проф. Іван ГРИЦЕНКО
«20» лютого 2025 р.

СХВАЛЕНО:

на засіданні кафедри готельно – ресторанної
справи та туризму

Протокол № 11 від 19.02.2025 р.

Завідувач кафедри готельно – ресторанної
справи та туризму

 Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО

РОЗГЛЯНУТО:

Гарант ОП «Готельно – ресторанний бізнес»
 Лариса ГОПКАЛО

ПРОГРАМА

**атестаційного екзамену за фахом для здобувачів
вищої освіти**

Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»

Освітньо-професійна програма «Готельно-ресторанний бізнес»

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

ІНІ неперервної освіти і туризму

Розробник : завідувачка кафедри готельно-ресторанної справи та туризму, д.е.н.,
професор Світлана Мельниченко, доцент кафедри готельно-ресторанної справи
та туризму, кандидат економічних наук Лариса Гопкало

Київ - 2025

Програма атестаційного екзамену для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 241 «Готельно-ресторанна справа», освітньо-професійною програмою «Готельно-ресторанний бізнес» обговорено та схвалено на засіданні кафедри готельно-ресторанної справи та туризму 19 лютого 2025 р., протокол № 11 та на засіданні Навчально-методичної комісії ННІ неперервної освіти і туризму 20 лютого 2025 р., протокол № 4.

Рекомендовано Вченою радою ННІ неперервної освіти і туризму Національного університету біоресурсів і природокористування України протокол № 8 від 20 лютого 2025 р.

Розробники:

Мельниченко С.В., завідувач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму, доктор економічних наук, професор;

Гопкало Л.М., доцент кафедри готельно-ресторанної справи та туризму, кандидат економічних наук, доцент

Рецензенти:

Сердюк М.Є., д.т.н., професор, професор кафедри готельно-ресторанної справи та туризму;

Мосіюк С.І., к.е.н., доцент, доцент кафедри готельно-ресторанної справи та туризму, доктор економічних наук.

Програму атестаційного екзамену укладено відповідно до вимог підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти і компетентностей галузі знань 24 «Сфера обслуговування» спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанний бізнес» / уклад.: С.В. Мельниченко, Л.М. Гопкало – Київ: НУБіП, 2025. – 19 с.

Програма атестаційного екзамену

здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанний бізнес»

Укладачі: МЕЛЬНИЧЕНКО Світлана Володимирівна,
ГОПКАЛО Лариса Михайлівна

ВСТУП

Програму атестаційного екзамену укладено відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в НУБіП України, освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанний бізнес» галузі знань 24 «Сфера обслуговування» спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» освітнього ступеня «Бакалавр».

Атестаційний екзамен проводиться на завершальному етапі навчання з метою перевірки рівня професійної підготовки здобувачів вищої освіти. Він охоплює комплекс завдань спрямованих на оцінку знань, умінь і компетентностей, передбачених Державним стандартом вищої освіти для спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа». Під час екзамену оцінюється ступінь засвоєння студентами теоретичних знань і практичних навичок, необхідних для виконання професійних обов'язків у сфері готельно-ресторанного бізнесу. Завдання, включені до складу атестаційного екзамену, розроблені таким чином, щоб комплексно оцінити здатність здобувачів освіти застосовувати набуті знання у вирішенні фахових завдань, відповідати сучасним вимогам професії та бути готовими до здійснення виробничих функцій, визначених освітньо-професійною програмою.

Мета атестаційного екзамену – є виявлення рівня засвоєння теоретичних знань та практичних навичок здобувачів вищої освіти.

Атестаційний екзамен складається з тестових завдань, що формують основні компетенції «бакалавра».

На екзамен виносяться наступні дисципліни:

1. Готельна справа.
2. Ресторанна справа.
3. Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу.
4. Маркетинг готельно-ресторанного бізнесу.
5. Економіка готелів і ресторанів.

Атестаційний екзамен за фахом складається здобувачами у кінці четвертого року навчання відповідно до навчального плану підготовки, наказу ректора університету та затвердженого календарного плану підготовки бакалаврів.

До складання атестаційного екзамену за фахом допускаються здобувачі, які у повному обсязі виконали вимоги навчального плану.

Форма екзамену – письмова.

Компетентності, які може сформувати здобувач вищої освіти

- *Загальні:*

ЗК 01. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця узагальній 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 07. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.

ЗК 09. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

- *Спеціальні (фахові, предметні):*

СК 01. Розуміння предметної області і специфіки професійної діяльності.

СК 02. Здатність організовувати сервісно-виробничий процес з урахуванням вимог і потреб споживачів та забезпечувати його ефективність.

СК 04. Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії.

СК 05. Здатність управляти підприємством, приймати рішення у господарській діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

СК 06. Здатність проектувати технологічний процес виробництва продукції і послуг та сервісний процес реалізації основних і додаткових послуг у підприємствах (зкладах) готельно-ресторанного та рекреаційного господарства

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

СК 09. Здатність здійснювати підбір технологічного устаткування та обладнання, вирішувати питання раціонального використання просторових та матеріальних ресурсів.

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

Програмні результати навчання:

ПРН 01. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення законодавства, національних і міжнародних стандартів, що регламентують діяльність суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу;

ПРН 02. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії готельної та ресторанної справи, організації обслуговування споживачів та діяльності суб'єктів ринку готельних та ресторанних послуг, а також суміжних наук.

ПРН 05. Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

ПРН 07. Організовувати процес обслуговування споживачів готельних та ресторанних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.

ПРН 08. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами готельних та ресторанних послуг

ПРН 10. Розробляти нові послуги (продукцію), використовуючи сучасні технології виробництва та обслуговування споживачів.

ПРН 11. Застосовувати сучасні інформаційні технології для організації роботи закладів готельного та ресторанного господарства.

ПРН 13. Визначати та формувати організаційну структуру підрозділів, координувати їх діяльність, визначати їх завдання та штатний розклад, вимоги до кваліфікації персоналу.

ПРН 16. Виконувати самостійно завдання, розв'язувати задачі і проблеми, застосовувати їх в різних професійних ситуаціях та відповідати за результати своєї діяльності.

Перелік змісту дисциплін, що виносяться на атестаційний екзаме́н за фахом

1. Готельна справа

1.1. Історія розвитку світового готельного господарства Історія розвитку світового готельного господарства в стародавні часи (історичні періоди: древній період (IV тис. до н.е. – 476 рік н.е.); період середньовіччя; новий час (XVI ст. – початок XX ст.). Історія розвитку готельної справи в Україні. Тенденції розвитку світового готельного господарства. Створення великих готельних об'єднань, освоєння нових регіонів міжнародними готельними ланцюгами, розширення франчайзингових угод на управління в готельному секторі, розробка національних програм туристичної сфери країни, глибока сегментація туристичного ринку за рахунок створення нових типів готелів, що призначені, для конкретної категорії населення, динаміки готельних тарифів на різні види послуг. Розвиток готельної справи в Україні. Нормативно-правове регулювання готельної індустрії. Нормативно-правова база діяльності підприємств готельного господарства в Україні, створення технологічних і соціальних нормативів впровадження сучасних готельних технологій.

1.2. Характеристика основних типів засобів розміщення. Транзитні готелі – їх призначення, розташування та форми власності. Ділові готелі – їх призначення та місцезнаходження. Загальні та специфічні функціональні вимоги до готелів даного типу: місцезнаходження, наявність умов для роботи в номері, максимальна ізоляція номерів від впливу зовнішнього середовища, надання умов для проведення нарад, конгресів, презентацій, виставок, бенкетів тощо, наявність розвинутої мережі служби зв'язку та фінансового забезпечення тощо. Курортні готелі – їх призначення. Характеристика підприємств готельного господарства для відпочинку Туристично-екскурсійні готелі (туристичні, готелі для масового туризму) для туристів з пасивним засобами пересування, їх місцезнаходження, строк перебування туристів, особливості структури приміщень. Туристично-спортивні готелі – особливості їх місцезнаходження Особливості функціонування готелів для спортсменів, що займаються окремими видами спорту. Готелі для сімейного відпочинку. Спеціалізовані туристичні готелі – їх призначення, місцезнаходження. Характеристика і призначення мотелів, кемпінгів. Види ротелів, основне їх призначення і характеристика. Ботелі і ботокемпінги, їх призначення, місцезнаходження, організація приміщень для ночівлі і відпочинку. Особливості організації флайтелів, - готелів для любителів авіаційного спорту. Характеристика лікувально-оздоровчих підприємств готельного господарства. Вимоги до лікувально-оздоровчих підприємств готельного господарства та їх основні типи: санаторії; пансіонати; бази та табори відпочинку; будинки відпочинку; сільські туристичні будинки; профілакторії. Організаційні питання порядку комплектації кадрового забезпечення, організації матеріально-технічної бази, врахування екологічних вимог.

1.3. Сучасний підхід до класифікації підприємств готельного господарства. Основні принципи та загальні підходи до класифікації підприємств готельного господарства в різних країнах Європи, Америки, Азіатських країн. Характеристика

основних вимог до класифікації готелів, розроблених секретаріатом ВТО в 1989 р.: до навколишньої території, будівель, якості устаткування і обладнання, організації номерного фонду, громадських і допоміжних приміщень, обслуговуючого персоналу тощо. Характеристика найбільш розповсюджених систем класифікації готельних господарств. Критерії класифікації готельного господарства України. Головний критерій, що визначає категорію готелю. Класифікація підприємств готельного господарства. України. Основа класифікації готельного господарства України - міжнародна система "зірок". Єдині вимоги до всіх типів готелів, їх характеристика.

1.4. Функціональна організація приміщень підприємств готельного господарства. Склад і кількість приміщень будь-якого засобу розміщення залежить від його типу і місткості. Схеми функціональної організації приміщень залежно від місткості: малої та великої. Розподіл приміщень готельного господарства на групи: житлова; адміністрації; вестибюльна; громадського призначення; господарського і складського призначення; культурно-масового та спортивно-рекреаційного обслуговування. Склад приміщень залежно від груп та їх основне призначення: приміщення житлової групи; приміщення адміністративної групи; приміщення вестибюльної групи; приміщення ресторанного господарства; приміщення господарського і складського призначення; приміщення культурно-масового та спортивно-рекреаційного обслуговування. Організація приміщень житлової групи. Приміщення, що входять до житлової групи. Номер як окреме приміщення для тимчасового помешкання. Основні елементи номера. Типи номерів: номер-апартамент, номер-президентський апартамент; номер-люкс, двокімнатний номер, номер-комплекс, номер-дубль (студія), однокімнатний номер. Характеристика різних типів номерів: кількість житлових кімнат, їх призначення та обладнання, наявність санвузла та якість його приладдя, прийоми розміщення меблів у номерах. Основні вимоги до організації номерного фонду. Організація нежитлових груп приміщень підприємства готельного господарства. Організація приміщень адміністрації. Основні види приміщень адміністрації готельного господарства, їх розташування. Блоки адміністративних приміщень за функціональним призначенням. Організація та планування приміщень, розташування в них різноманітних зон за функціональним призначенням. Побутові приміщення для обслуговуючого персоналу готельного господарства, їх призначення, обладнання і вимоги до організації.

1.5. Архітектура та інтер'єр у готельному господарстві Архітектурні рішення об'єктів підприємств готельного господарства: архітектура, стиль, ландшафтна архітектура, антропогенний ландшафт, інтер'єр. Принципи організації внутрішнього простору, функції та елементи інтер'єру в приміщеннях засобів розміщення. Інтер'єр як художня композиція. Кольори в інтер'єрі. Колір та його спектральні особливості. Кольорові рішення в інтер'єрі приміщень. "Закони контрастів" та класифікація кольорів за їх психологічним впливом на людину. Аналіз впливу природного та штучного освітлення на зміну кольорового відтінку площини, принципу поглинання та виділення контрастних тонів. Оздоблювальні матеріали, та їх фактурні характеристики, що впливають на

візуальне сприйняття кольору.

1.6. Технологія прибиральних робіт навколишньої території і вестибюльної групи приміщень. Види прибиральних робіт на навколишній території та в приміщеннях підприємств готельного господарства. Прибирання території готельного господарства. Основні вимоги до прибиральних робіт у різні періоди року: взимку, весною, літом, восени. Вимоги до утримання зелених насаджень. Технологія прибирання приміщень вестибюльної групи. Види робіт, що виконуються в денні і нічні години роботи готелю. Техніка виконання прибиральних робіт вестибюльної групи приміщень. Особливості прибирання освітлювальних приборів. Технологія прибиральних робіт у житлових групах приміщень. Вимоги до рівня комфорту і належного санітарного-гігієнічного стану номерного фонду, інших приміщень на поверсі, служб експлуатації номерного фонду. Складові технологічних циклів прибиральних робіт: поточне щоденне прибирання; проміжне прибирання; прибирання номерів після виїзду гостей; генеральне прибирання; ведення білизняного господарства; використання засобів для миття і чищення". Нормативні документи: "Правила поведінки персоналу під час проведення прибиральних робіт". Послідовність прибиральних робіт у номерах готельного господарства. Послідовність проведення прибиральних робіт в багатокімнатному, двокімнатному і однокімнатному номері. Техніка проведення прибиральних робіт у номерах.

1.7. Сутність послуг гостинності в готельному господарстві. Сутністю детермінант сфери послуг: послуга, соціально-культурні послуги, матеріальні послуги, нематеріальні послуги, процес обслуговування. Модель гостинності в системі "гість – послуга – середовище гостинності". Предмет, завдання та зміст організації обслуговування в готельному господарстві. Поняття послуги як результат безпосередньої взаємодії виконавця і споживача, а також власної дії виконавця щодо задоволення потреби споживача. Матеріальні і соціально-культурні послуги. Технологія прийому та розміщення туристів в засобах розміщення Сутність технологічного процесу виробництва готельних послуг – "прибуття – проживання – виїзд". Порядок оформлення туриста при прийомі в готель. Анкета прибулого в готель. Картка гостя – документ на право входу в готель. Картка руху ліжко-діб, що ведеться адміністратором.

1.8. Організація роботи служби прийому і розміщення, та обслуговування. Особливості організації роботи служби прийому і розміщення готельних господарств. Основні вимоги до організації прийому і обслуговування вітчизняних і іноземних туристів в Україні. Характеристика основних положень прийому гостя. Організація роботи щодо прийому та відправлення багажу. Організація служби бронювання і резервування місць у готелях. Порядок прийняття замовлень. Організація роботи служби обслуговування. Основні обов'язки служби обслуговування, асортимент послуг, що надаються в готелях. Комплексне обслуговування туристів. Надання додаткових послуг у готельних господарствах. Організація обслуговування на житлових поверхах. Організація та підготовка поверхів до поселення мешканців. Оснащення приміщень житлового фонду. Система обліку (отримання, рух і списування) матеріальних цінностей. Види послуг, що надає персонал мешканцям на поверсі, і технологія їх надання.

Послуги, що надаються методом самообслуговування за допомогою автоматів тощо. Організація надання додаткових послуг в підприємстві готельного господарства. Побутове обслуговування мешканців готелю – невід'ємна частина готельного сервісу.

1.9. Організація постачання сировини та товарів в підприємствах готельного господарства. Методи та правила постачання, технологія прийому, складування та збереження сировини та товарів. Розподіл сировини та товарів у підрозділи підприємства готельного господарства.

2. Ресторанна справа

2.1. Основи організації роботи закладів ресторанного господарства. Підприємство - основна ланка галузі з постачання послуг. Організація надання послуг як сфера комерційної діяльності закладів ресторанного господарства. Загальні особливості ринку послуг. Основні поняття та визначення у сфері послуг (послуга, надання послуги, постачальник послуги, виконавець послуги, споживач послуги, група однорідних послуг, підгрупа однорідних послуг, вид послуг та ін.). Сутність, форми і функції конкуренції на ринку послуг.

2.2. Організація постачання закладів ресторанного господарства. Основні принципи та особливості організації постачання закладів ресторанного господарства в сучасних умовах. Джерела, види та форми постачання. Організація продовольчого постачання закладів ресторанного господарства: функції служби продовольчого постачання, характеристика транзитної та складської форм поставок сировини та продовольчих товарів, централізованого та децентралізованого способів доставки товарів, кільцевого та маятникового маршрутів завезення товарів.

2.3. Організація роботи складського, тарного та транспортного господарств. Організація роботи складського господарства. Основні функції та призначення складського господарства. Організація складських процесів з елементами логістики. Площі та принципи розміщення складських приміщень. Правила приймання та відпускання товарів. Шляхи удосконалення організації складського господарства. Організація тарного господарства

2.4. Основи організації виробництва продукції у закладах ресторанного господарства. Виробничий процес як основа формування закладу ресторанного господарства. Класифікація виробничих процесів. Основні та допоміжні операції. Основні принципи організації виробництва у закладах ресторанного господарства. Раціональна організація виробничого процесу в просторі та часі. Типи виробництва, їх організаційно-економічна характеристика. Вплив типу виробництва на його організаційно-технічну побудову й ефективність.

2.5. Основи технологічного процесу обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства. Основні поняття: процес обслуговування, умови обслуговування. Системний підхід до процесу обслуговування у закладах ресторанного господарства. Класифікація методів обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства: обслуговування офіціантами, самообслуговування, комбінований метод. Класифікація форм самообслуговування та їх характеристика.

2.6. Характеристика матеріально-технічної бази для організації обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства. Характеристика споруд та будівель, в яких розташовані заклади ресторанного господарства. Екстер'єр підприємства, як елемент рекламних засобів. Інтер'єр як елемент внутрішньої реклами. Вимоги до оформлення інтер'єру у закладах ресторанного господарства різних типів і класів. Сучасні види та тенденції розвитку інтер'єру закладів ресторанного господарства. Характеристика і призначення посуду та приборів із полімерних матеріалів. Характеристика та призначення посуду з дерева, паперу тощо. Характеристика та призначення столової білизни: скатертини, серветки, ручники, рушники.

2.7. Організація та моделювання процесу повсякденного обслуговування різних контингентів споживачів в закладах ресторанного господарства. Характеристика меню. Призначення та принципи його складання. Види меню, їх оформлення. Характеристика преїскуранту, винної та коктейльної картки. Клінінгові технології підготовки торгових приміщень до обслуговування споживачів, їх санітарно-гігієнічна спрямованість. Попереднє сервірування столу. Особливості попереднього сервірування столу до сніданку, обіду, вечері. Технологічний процес обслуговування споживачів у ресторані.

2.8. Організація та моделювання процесу повсякденного обслуговування певного контингенту споживачів у закладах ресторанного господарства. Організація обслуговування згрупованого контингенту споживачів за місцем роботи. Типи закладів ресторанного господарства за місцем роботи. Рекомендовані форми обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства за місцем роботи. Організація обслуговування розгрупованого контингенту споживачів. Основні принципи організації обслуговування.

2.9. Спеціальні форми обслуговування, які використовуються в закладах ресторанного господарства. Організація проведення банкетів та прийомів. Розробка плану проведення банкетів з використанням методу сіткового планування та управління (СПУ). Організація обслуговування банкетів за столом. Організація проведення бенкету за столом з повним обслуговуванням офіціантами. Особливості організації проведення офіційного бенкету-прийому за протоколом. Види прийомів: бенкет – діловий сніданок, фуршет, коктейль, "келих вина", "келих шампанського", обід, вечеря. Характеристика меню. Підготовка приміщення до обслуговування та вибір варіанта розміщення меблів у залі. Складання схеми розміщення гостей за столами. Особливості сервірування бенкетних столів. Організація обслуговування споживачів на бенкеті-прийомі.

2.10. Раціональна організація праці у закладах ресторанного господарства. Значення раціональної організації праці. Зміст раціональної організації праці. Основні напрямки раціональної організації праці. Наукова організація праці як головний фактор забезпечення раціональної організації праці. Основні групи завдань наукової організації праці: економічні, психофізіологічні та соціальні.

3. Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу

3.1. Характеристика менеджменту. Сутність управління. Суб'єкт та об'єкт управління. Різні визначення терміну "менеджмент". Менеджмент як професійна

діяльність, наука, мистецтво, функція, апарат управління та навчальна дисципліна. Цілі та завдання менеджменту. Підвищення ролі та значення менеджменту в сучасних умовах. Управлінські відносини як предмет вивчення менеджменту. Їх класифікація за суб'єктом, обсягом влади, способом спілкування залежно від регламентованості. Розвиток теорії і практики менеджменту. Підхід до управління з позицій виділення різних шкіл (наукового менеджменту, адміністративного управління, людських стосунків, поведінкових наук, кількісного підходу). Процесний, системний і ситуаційний підходи в менеджменті.

3.2. Функції та процеси менеджменту. Загальні принципи: плановість, науковість, співвідношення галузевого та територіального управління, поєднання централізованого регулювання з господарчою самостійністю, єдиноначальність та колегіальність, самоуправління, стимулювання. Принципи управління за Файолем. Кібернетичні принципи (системність, ієрархічність, необхідність різноманіття, обов'язковість зворотного зв'язку). Поняття функцій менеджменту, їх класифікація. Характеристика основних (загальних) та часткових функцій менеджменту, зв'язок між ними. Взаємозв'язок планування, організації, мотивації, контролю та координації. Сутність функції планування. Процес стратегічного планування. Стратегії обмеженого зростання, зростання, скорочення та поєднання. Вибір стратегії. Планування реалізації стратегії. Тактика, політика, процедури, правила. Оцінка стратегії. Сутність організації як управлінської функції, її основні аспекти. Елементи організації: обов'язки, повноваження, відповідальність. Обмеженість повноважень. Сутність мотивування. Основні її компоненти: мотиви і стимули. Потреби первинні та вторинні. Винагорода внутрішня та зовнішня. Мотиваційне ядро. Установка на успіх та уникнення невдачі. Змістовні теорії мотивування (теорія Маслоу, модель Герцберга). Процесуальні теорії мотивування (теорія очікувань; теорія справедливості). Індивідуальне та групове мотивування. Стимулювання праці. Сутність та елементи управлінського контролювання. Вирішення проблем невизначеності, попередження виникнення кризових ситуацій, підтримки успіху. Форми управлінського контролювання: попередній, поточний та заключний. Принципи ефективного контролювання. Процес управлінського контролювання: розробка стандартів та критеріїв, порівняння досягнутих результатів із встановленими стандартами, етап дії. Людина як об'єкт управлінського контролювання. Сутність координування. Етапи координування: зворотний зв'язок, оцінка виконання рішень, коригування рішень.

3.3. Механізм менеджменту. Принципи побудови сучасного менеджменту. Закони менеджменту. Економічні закони (закон вартості, переливу капіталу, закон прибутковості та ін.); розвитку техніки і технології; кібернетики і системотехніки (закон зворотного зв'язку, закон оптимізації, закон єдності управління й інформації, закон необхідної різноманітності та ін.); філософії, логіки, соціології, психології (закон соціалізації особистостей, закон соціальної структуризації організації, закон соціального статусу (соціальних ролей), закон соціальної мобільності, закон соціального контролю, закони індивідуальної і соціальної психології людини); управління

виробництвом. Сутність основних законів управлінської діяльності: спільності цілей; спеціалізації управління; інтеграції управління; оптимального поєднання централізації та децентралізованого управління; демократизації; економії часу. Закономірності менеджменту. Характеристика загальних закономірностей: єдність системи управління; пропорційність виробництва і управління; співвідношення керуючої і керованої підсистеми; відповідність форм управління формам власності; децентралізація управління; посилення процесів поділу і кооперації праці в управлінні. Сутність методів менеджменту та їх класифікація. Адміністративні методи менеджменту: організаційні (регламентування, нормування, інструктування), розпорядчі (накази, розпорядження, постановка завдань, інструктування, координація робіт). Інструктування підлеглих. Оцінювання виконання. Економічні методи менеджменту: стимули, податки, фінанси, кредит, бюджет, ціни, тарифи тощо. Соціальні методи: управління окремими груповими явищами і процесами; управління індивідуально-особистою поведінкою. Психологічні методи: методи формування і розвитку трудового колективу, методи гуманізації стосунків у трудовому колективі, методи психологічного спонукання, методи професійного відбору і навчання. Взаємозв'язок методів менеджменту.

3.4. Форми управління господарською діяльністю в готельно-ресторанному бізнесі. Малий бізнес як одна із форм господарювання. Відмінності сутності понять «малий бізнес» та «мале підприємництво». Зовнішні та внутрішні перешкоди розвитку вітчизняних суб'єктів малого бізнесу. Франчайзинг у готельно-ресторанному бізнесі. Сутність франчайзингу підприємств готельно-ресторанного бізнесу з точки зору основних особливостей та функцій, які характерні для них. Договір франчайзингу. Переваги та недоліки управління згідно з договором франчайзингу для франчайзі. Контракт на управління в туристичній індустрії. Характеристика форм управління в індустрії гостинності. Сутність підписання контракту на управління: з управлінською компанією, яка буде керувати підприємством самостійно; відомим міжнародним оператором; контракт на управління, який функціонує на основі договору франчайзингу. Характеристика варіантів передачі прав управління підприємством оператору.

3.5. Проектування роботи у підприємствах готельно-ресторанного бізнесу. Характеристика змісту, процесу і структури функцій як основи для проектування роботи у готельно-ресторанному підприємстві. Сутність проектування роботи та її складових: аналіз, контекст та параметри роботи. Характеристика параметрів роботи: масштаб роботи; складність роботи; відносини по роботі. Сутність технології роботи та її особливості у діяльності готельно-ресторанних підприємств. Види взаємозалежності робіт: складуюча; послідовна; пов'язана; групова. Моделі проектування робіт у підприємствах готельно-ресторанного бізнесу. Залежність між характером змін у роботі і моделями проектування роботи. Характеристика моделей: побудова роботи; розширення масштабу роботи; ротація роботи; збагачення роботи.

3.6. Проектування організаційних структур управління підприємством. Організація як відкрита система. Характеристика елементів організаційної

структури: ланки управління (працівники організації, служби, або органи управління), зв'язки, рівні управління та повноваження. Делегування діяльності: суть, переваги, оптимальні умови використання. Перешкоди у делегуванні (з боку керівників та виконавців) та шляхи їх подолання. Лінійні та функціональні повноваження. Побудова організації, організаційне проєктування. Елементи організаційних структур. Макро- і мікроструктури. Класифікація організаційних структур управління. Лінійні та функціональні структури управління. Комбіновані організаційні структури: лінійно-функціональні, лінійно-штабні, дивізійні, матричні. Принципи побудови структур управління. Централізація та децентралізація. Діапазон керованості, фактори, які його визначають. Етапи розподілу управлінської праці. Дотримання субординації. Організація взаємодії. Комунікаційно-інформаційні аспекти розпорядчої діяльності. Фактори, що впливають на побудову організаційних структур.

3.7. Управління персоналом. Менеджмент персоналу як соціальна система. Трудові ресурси, робоча сила, персонал, кадри організації. Людина як об'єкт менеджменту персоналу. Різновиди соціальних груп, поведінка людей у групах. Формальні та неформальні групи. Різновиди колективів, їх структура та динаміка. Згуртованість колективу, соціально-психологічний клімат. Громадські організації, стосунки з профспілками. Колективне управління та його форми. Методи збирання соціальної інформації у колективі. Соціальний розвиток колективу. Кадрова політика організації. Служби персоналу, їх різновиди та функції. Кадрове планування. Професія, спеціальність, посада. Профорієнтація. Добір кадрів, наймання персоналу, трудова адаптація. Оцінювання та атестація персоналу. Психологічний аналіз особи працівника. Управління мобільністю кадрів, трудова кар'єра. Розвиток персоналу, формування резерву. Вивільнення персоналу, плинність кадрів. Організація процесу відбору персоналу. Введення в посаду та адаптація працівника. Розвиток персоналу як засіб забезпечення його конкурентоспроможності. Система розвитку персоналу та її характеристика. Оцінка ефективності розвитку персоналу. Характеристика типових видів ефектів.

4. Маркетинг готельно-ресторанного бізнесу

4.1. Основи маркетингової діяльності підприємства, основні елементи та види маркетингу. Визначення та сутність маркетингу. Поняття маркетингу, його роль у діяльності підприємства. Основні підходи до маркетингу (класичний, сучасний, цифровий). Функції маркетингу в бізнесі (аналіз ринку, формування попиту, просування тощо). Основні концепції маркетингу. (концепція виробництва, концепція товару, концепція збуту, концепція маркетингу, соціально-етичний маркетинг. Основні елементи маркетингової діяльності (маркетинг-мікс, 4P/7P). Види маркетингу: залежно від об'єкта: товарний, послуговий, B2B, B2C; за територією: локальний, міжнародний, глобальний; за способом взаємодії: традиційний, цифровий, партизанський; за попитом: диференційований, масовий, нішевий; Інтернет-маркетинг: контент-маркетинг, SMM, SEO, PPC. Етапи маркетингової діяльності: аналіз ринку (дослідження попиту, конкурентів), вибір цільового сегмента (STP-аналіз), розробка маркетингової стратегії, впровадження та контроль ефективності. Сучасні

тенденції маркетингу – діджиталізація та персоналізація маркетингу, використання штучного інтелекту та Big Data, етичний та зелений маркетинг, омніканальні комунікації.

4.2. Маркетингове середовище готельного-ресторанного підприємства. Визначення маркетингового середовища, поняття маркетингового середовища, вплив маркетингового середовища на діяльність готельно-ресторанного підприємства, специфіка маркетингу в готельно-ресторанному бізнесі (сезонність, сервісоорієнтованість, персоналізація). Структура маркетингового середовища готельно-ресторанного підприємства. Внутрішнє середовище (фактори, які підприємство може контролювати – матеріально-технічна база, персонал, маркетингова стратегія, фінансові ресурси); зовнішнє середовище (фактори, які підприємство не може контролювати, але має враховувати): макросередовище (PEST-аналіз): політичні фактори (законодавче регулювання, податки, стандарти якості); економічні фактори (платоспроможність клієнтів, рівень інфляції, сезонні коливання); соціальні фактори (туристичні тренди, вплив культури та моди, очікування гостей); технологічні фактори (онлайн-бронювання, мобільні додатки, AI-сервіси). Мікросередовище (фактори безпосереднього впливу): споживачі (цільова аудиторія, поведінка клієнтів, лояльність); конкуренти (SWOT-аналіз конкурентів, їхні сильні та слабкі сторони); постачальники (надійність, якість продукції, логістика); партнери та посередники (туристичні агентства, онлайн-платформи бронювання). Вплив маркетингового середовища на управлінські рішення. Сучасні тренди в маркетинговому середовищі готельно-ресторанного підприємства (діджиталізація, персоналізація, стійкий туризм та зелений маркетинг, інфлюенсер-маркетинг).

4.3. Сутність та специфіка маркетингу послуг в готельно-ресторанному бізнесі. Особливості маркетингу послуг у готельно-ресторанному бізнесі. Характеристика готельно-ресторанної послуги як ринкового продукту – нематеріальність, невіддільність від надання – нестабільність якості, нездатність до зберігання, високий рівень взаємодії з клієнтом – персоналізація, вплив людського фактору. Життєвий цикл готельно-ресторанної послуги: введення (відкриття нового готелю чи ресторану) – зростання (збільшення попиту, формування бази клієнтів) – зрілість (стабільний попит, програми лояльності) – спад (необхідність оновлення концепції або ребрендингу).

4.4. Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку та можливостей підприємств готельного та ресторанного господарства. Визначення та сутність маркетингових досліджень, види маркетингових досліджень: кабінетні (desk research) та польові (field research). Кон'юнктура ринку готельно-ресторанного бізнесу, сутність та значення в маркетинговій діяльності підприємств. Основні фактори, що визначають кон'юнктуру ринку: економічні (доходи населення, інфляція, сезонність); соціально-культурні (споживчі вподобання, мода, тенденції гастрономічного туризму); політичні (законодавчі обмеження, державна підтримка); технологічні (інновації, діджиталізація, автоматизація сервісу). Якісні, кількісні, специфічні методи маркетингових досліджень у готельно-ресторанному бізнесі. Дослідження конкурентного середовища, аналіз

прямих та непрямих конкурентів; порівняння рівня сервісу, асортименту, цінової політики; використання методу бенчмаркінгу (вивчення кращих практик конкурентів). Аналіз споживчого попиту та поведінки клієнтів. Визначення цільових аудиторій. Фактори, що впливають на вибір готелю чи ресторану. Використання CRM-систем для аналізу переваг клієнтів. Оцінка ринкових можливостей підприємства готельно-ресторанного бізнесу. Сучасні технології у маркетингових дослідженнях підприємства готельно-ресторанного бізнесу - Big Data та штучний інтелект для прогнозування попиту; аналіз соціальних мереж та онлайн-репутації; автоматизовані CRM-системи для збору та обробки інформації про клієнтів.

4.5. Товарна політика підприємств готельного та ресторанного господарства. Визначення та сутність товарної політики. Основні цілі товарної політики: задоволення потреб споживачів, підвищення конкурентоспроможності, оптимізація асортименту. Взаємозв'язок товарної політики з маркетинговою стратегією підприємства. Основні елементи товарної політики підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Особливості формування асортименту: вибір категорій послуг (готельні номери, ресторанне меню, додаткові сервіси); розширення чи скорочення асортименту (додавання нових послуг, оновлення меню); диверсифікація (впровадження нових напрямів, наприклад, SPA-зона у готелі). Якість та стандартизація послуг: сертифікація готельних послуг (зірковість, міжнародні стандарти); контроль якості на всіх етапах обслуговування; використання стандартів НАССР у ресторанному бізнесі. Упаковка та дизайн послуги: атмосфера готелю чи ресторану (інтер'єр, музика, подача страв); візуальна складова (меню, корпоративний стиль, логотип). Асортиментна політика у готелях та ресторанах - ширина асортименту; глибина асортименту; гнучкість асортименту. Брендинг та позиціонування – формування іміджу закладу через унікальну концепцію; вплив бренду на вибір клієнта (фірмовий стиль, цінності компанії); роль репутації та відгуків у сприйнятті товару (Booking, TripAdvisor, Google Reviews).

4.6. Цінова політика підприємств готельного та ресторанного господарства. Визначення та значення цінової політики, поняття цінової політики у сфері готельно-ресторанного бізнесу. Вплив ціни на прибутковість підприємства та конкурентоспроможність. Фактори, що визначають ефективну цінову стратегію. Чинники, що впливають на ціноутворення у готельно-ресторанному бізнесі. Ринкові методи ціноутворення у готелях та ресторанах: ціноутворення на основі попиту (висока ціна при високому попиті, знижки у періоди спаду); конкурентне ціноутворення (орієнтація на ціни конкурентів); динамічне ціноутворення (змінні ціни в залежності від завантаженості готелю або годин пік у ресторані). Вплив ціноутворення на поведінку споживачів: округлення цін (199 грн замість 200); престижне ціноутворення (високі ціни для створення іміджу ексклюзивності); ціни у форматі пакетних пропозицій (номер + сніданок, комплексний обід). Цінові стратегії у готельно-ресторанному бізнесі: стратегія преміального ціноутворення; стратегія економічного ціноутворення; стратегія гнучких цін; стратегія "зняття вершків"; стратегія проникнення на ринок; стратегія пакетних пропозицій. Сутність та значення знижок, види програм лояльності: сезонні та святкові знижки; програми лояльності для постійних

клієнтів; знижки для групових бронювань та корпоративних клієнтів; купони та кешбек у ресторанах.

4.7. Політика розповсюдження послуг підприємств готельного та ресторанного господарства. Сутність та значення політики розповсюдження. Визначення політики розповсюдження послуг у готельно-ресторанному бізнесі. Особливості розповсюдження послуг (нематеріальність, невідчутність, неможливість зберігання). Взаємозв'язок з товарною та ціновою політикою підприємства. Канали розповсюдження послуг, та їх види: прямі канали: прямий продаж через власні сайти, контактний продаж; власні мобільні додатки та чат-боти; непрямі канали: онлайн-агрегатори та платформи, туристичні агенції та оператори, корпоративні та партнерські програми. Види розподілу послуг: інтенсивний розподіл – широке охоплення ринку через максимальну кількість каналів; ексклюзивний розподіл – обмежена кількість точок доступу; селективний розподіл – вибіркові канали для цільової аудиторії. Особливості Використання цифрових технологій у розповсюдженні готельних та ресторанних послуг(онлайн-бронювання, сайти, мобільні додатки, чат-боти). Специфіка логістики у готельно-ресторанному бізнесі. Роль посередників у політиці розповсюдження: туристичні агентства та оператори, онлайн-платформи та агрегатори, вплив відгуків і рейтингів на розподіл послуг.

4.8. Комунікаційна політика підприємств готельного та ресторанного господарства. Сутність комунікаційної політики у готельно-ресторанному бізнесі. Взаємозв'язок комунікацій з товарною, ціновою та розподільчою політикою. Роль комунікацій у створенні іміджу, залученні клієнтів та формуванні лояльності. Основні елементи маркетингових комунікацій. Види реклами: онлайн-реклама, традиційна реклама, відеореклама та візуальний контент. Сутність та роль PR та зв'язків з громадськістю. Формування позитивного іміджу підприємства. Робота з відгуками та управління репутацією. Спонсорство, участь у соціальних ініціативах. Види стимулювання збуту (акції, знижки, програми лояльності, промоакції, дегустації, спеціальні пропозиції, рейміфікація та кешбек-програми). Персоналізація продажів у готельно-ресторанному бізнесі (спілкування персоналу з клієнтами (консьєрж-сервіс, сомельє; корпоративне обслуговування та VIP-пропозиції). Інтернет-маркетинг та SMM. Особливості ведення соціальних мереж, створення контенту (фото, відео, блоги). Сучасні підходи до співпраці з інфлюенсерами та блогерами. Чат-боти та автоматизовані комунікації. Прямий маркетинг, сутність та інструменти. Визначення цільової аудиторії та методи завоювання прихильності. Диференціація комунікацій для різних сегментів споживачів. Управління репутацією та робота з відгуками – оцінка позитивних відгуків, алгоритм роботи з негативними відгуками.

4.9. Планування маркетингу підприємств готельного та ресторанного бізнесу. Сутність та значення маркетингового планування. Визначення маркетингового планування у сфері готельно-ресторанного бізнесу. Роль маркетингового плану у стратегічному розвитку підприємства. Взаємозв'язок маркетингового планування з іншими управлінськими процесами. Особливості маркетингового планування в готельно-ресторанному бізнесі. Визначення маркетингових цілей: короткострокові та довгострокові маркетингові цілі,

узгодженість маркетингових та загальнокорпоративних цілей. Етапи розробки маркетингових стратегій: вибір цільового сегмента та позиціонування; визначення унікальної торгової пропозиції (USP);sstrategії зростання, утримання клієнтів, лояльності. Методи формування маркетингового бюджету. Оцінка ефективності інвестицій у маркетинг. Планування витрат на рекламу, дослідження ринку, просування. Контроль та оцінка ефективності маркетингового плану. Види маркетингового планування: стратегічне маркетингове планування (довгострокові перспективи, розширення бізнесу); тактичне маркетингове планування (планування на рік, сезон, місяць); оперативне маркетингове планування (щоденні маркетингові активності, акції).

5. Економіка готелів і ресторанів

5.1. Система показників господарської діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Основні показники KPI для підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

5.2. Експлуатаційна програма підприємства: сутність та структура. Принципи та етапи розробки експлуатаційної програми. Методика розрахунку показників експлуатаційної програми підприємств готельного господарства. Планування доходу від експлуатаційної діяльності підприємств. Особливості планування обсягу основних і додаткових готельних послуг.

5.3. Товарне забезпечення виробничої програми та товарообороту підприємств ресторанного господарства. Валовий і роздрібний товарооборот. Виробнича програма та планування випуску продукції ресторанного господарства. Складання плану товарообороту та продуктового балансу. Методи планування товарообороту підприємств ресторанного господарства.

5.4. Суть матеріально-технічних ресурсів готельно-ресторанного підприємства. Необоротні активи. Основні фонди: їх класифікація і структура. Вартісна оцінка основних виробничих фондів готельно-ресторанних підприємств. Фізичний і моральний знос основних фондів. Амортизація основних фондів. Сутність та значення оборотних коштів підприємств готельно-ресторанного господарства. Показники ефективності використання оборотних коштів підприємства. Рух грошових коштів. Напрями підвищення ефективного використання оборотних коштів підприємств готельно-ресторанного господарства.

5.5. Трудові ресурси та оплата праці у підприємствах готельно-ресторанного господарства. Поняття, класифікація і структура персоналу готельно-ресторанного підприємства. Оцінювання стану та ефективності використання персоналу підприємства. Планування чисельності працівників. Продуктивність праці персоналу. Основні напрями підвищення ефективності використання трудових ресурсів у готельно-ресторанному господарстві. Форми і системи оплати праці.

5.6. Доходи підприємств готельно-ресторанного господарства. Джерела їх формування. Класифікація доходів підприємств готельно-ресторанного господарства. Економічний механізм формування і розподілу доходу підприємства. Оптимізація доходу готельно-ресторанних підприємств.

5.7. Поточні витрати й собівартість продукції та послуг. Поточні витрати

підприємств готельно-ресторанного господарства. Собівартість продукції та послуг. Класифікація витрат і структура собівартості продукції та послуг підприємств готельно-ресторанного господарства. Калькулювання собівартості ресторанної продукції. Планування витрат. Тема 8. Прибуток і рентабельність підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

5.8. Прибуток підприємств готельно-ресторанного господарства. Види та джерела його утворення. Поняття мінімального, цільового, нормального та максимального прибутку готельних і ресторанних підприємств. Рентабельність підприємств готельно-ресторанного господарства. Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства. Аналіз фінансового стану підприємства готельно-ресторанного господарства. Аналіз ліквідності балансу підприємства.

5.9. Ціноутворення у підприємствах готельно-ресторанного господарства. Сутність та особливості формування цін на продукцію та послуги підприємств готельно-ресторанного господарства. Порядок формування продажних цін на продукцію ресторанного господарства власного виробництва. Формування ціни на готельні послуги та продукцію ресторанного господарства. Поняття системи управління цінами та її складові елементи. Зміст комплексної системи управління цінами та доходом. Цінові стратегії підприємства. Методи визначення цін на окремі види продуктів і послуг підприємств готельно-ресторанного господарства. Характеристика основних методів ціноутворення на продукцію та послуги підприємств готельно-ресторанного господарства.

Критерії оцінки атестаційного екзамену

Атестаційний екзаме́н за фахом складається з тестування (50 тестових завдань) циклу професійних дисциплін. Кожне тестове завдання передбачає чотири варіанти відповідей, серед яких потрібно обрати одну правильну (за кожну правильну відповідь – 2 бали).

Після проведення атестаційного екзамену за фахом екзаменаційна комісія оголошує результати, що складаються з кількості балів, набраних студентом за виконання тестових завдань. Загальна максимальна кількість балів на комплексному екзаме́ні за фахом – 100 балів.

Таблиця відповідності результатів контролю знань за різними шкалами та критерії оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90–100	A	Відмінно
82–89	B	Дуже добре
74–81	C	Добре
64–73	D	Задовільно
60–63	E	Задовільно достатньо
35–59	FX	Незадовільно з можливістю проведення повторного підсумкового контролю
0–34	F	Незадовільно з обов’язковим повторним вивченням навчальної дисципліни та проведенням підсумкового контролю

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА:

«Готельна справа»

1. Готельно-ресторанна справа: навчальний посібник для аудиторної та позааудиторної роботи студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа / автори: Матвійчук Л.Ю., Чепурда Л.М., Лютак О.М., Сидорук С.В., Смаль Б.А., Лепкий М.І., Подоляк В.М., Зубехіна Т.В, Громик О.М., Дащук Ю.Є. – Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2023. 356 с.
2. Подлепіна П. О. Організація готельного бізнесу : дистанційний курс. // Навчально-методична праця. - Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2021. Режим доступу: <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=5122>
3. Технологія готельної справи : Навчальний посібник. / С. М. Журавльова, В. М. Зайцева, Т. В. Каптюх. – Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. 264 с.
4. Готельна справа : Навчальний посібник / О. В. Арпуль, А. Г. Абрамова, Ю. А. Мирошник, О. В. Собін. – К. : Видавничий дім «Кондор», 2021. 300 с.
5. Проектування та дизайн закладів готельно-ресторанного господарства: навч. посіб. / С.В. Майкова, О.М. Вівчарук, О.Б. Маслійчук, Х.Є. Подвірна – Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, Кольорова. 2023. 340 с.
6. Організація і технологія надання послуг гостинності : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2022. 488 с.
7. Ковешніков В.С., Матвієнко А.Т., Разметова О.Г. Організація готельно-ресторанного господарства : навч. посіб. / В. С. Ковешніков, А. Т. Матвієнко та ін. – К. : Ліра-К, 2021. 564 с.

«Ресторанна справа»

1. Гігієна та санітарія закладів ресторанного господарства : навч. посіб. / В. В. Євлаш, М. П. Головка, О. П. Прісс та ін. ; Харків. держ. ун-т харчування та торгівлі. — Харків : ХДУХТ ; Світ Книг, 2019. — 246 с.
2. Основи барної справи та робота сомельє: навч. посіб. / С.В. Майкова, О.Б. Маслійчук, Н.Я. Сусол. Київ : Видавець ФОП Піча Ю.В., 2023 р. 124 с. тв. обкл.
3. Ресторанна справа: навч. посіб. / С.В. Майкова, О.М. Вівчарук, О.Б. Маслійчук, І.Р. Удуд/ м. обкл. 2024 - 424 с.
4. Організація готельно-ресторанної справи : навч. посіб.: [для закладів вищої освіти] / За заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. – Київ : Видавництво Ліра-К, 2020. – 484 с.
5. Організація обслуговування в ресторанному господарстві: підручник / Л.М. Мостова, О.В. Новікова, І.М. Ракленко // Світ книг. – 2021. – 657 с.
6. Назаренко І. А., Боднарук О. А. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства : навчальний посібник. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2020. 128 с.

«Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу»

1. Готельно-ресторанний бізнес: навч. посібник. [Електронний ресурс] / О.А.Ніколайчук, Н.С.Приймак, О.А. Сімакова, А.В. Слащева, Ю.А. Горяйнова, Ю.М. Коренець, О.А. Боднарук, О.А. Пусікова, Є.Г. Клевцов; ред. О.А.

Ніколайчук. – Кривий Ріг : Вид.ДонНУЕТ, 2022. 250 с.

2. Теоретичні, економічні та практичні аспекти готельно-ресторанної справи : бібліографічний огляд / уклад. Д. В. Ткаченко ; за ред. О. О. Цокало. – Миколаїв : МНАУ, 2023. 77 с.
3. Готельно-ресторанний бізнес : навчальний посібник / О. А. Ніколайчук та ін. ; за ред. О. А. Ніколайчук. Кривий Ріг : Вид. ДонНУЕТ, 2022. 250 с.
4. Гузар У. Є., Коркуна О. І. Особливості планування діяльності менеджерів готельно-ресторанного бізнесу. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2019. № 6 (23).
5. Савицька Н. Л., Чміль Г. Л., Джгуташвілі Н. М. Клієнт-орієнтоване управління в готельно-ресторанному бізнесі : монографія. Харків : Видавець Іванченко І. С. 2021. 209 с.
6. Балановська Т. І., Михайліченко М. В., Троян А. В. Сучасні технології управління персоналом : навчальний посібник. Київ : ФОП Ямчинський О.В., 2020. 466 с.
7. Цимбалюк С. О. Рекрутинг персоналу : підручник. Київ : КНЕУ, 2019. 355 с.
8. Мальська М.П., Кізіма В.П., Жук І.З. Управління сферою готельного господарства. Теорія та практика. Підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 336 с.

«Маркетинг готельно-ресторанного бізнесу»

1. Іванечко Н. Управління рекламною діяльністю : навчальний посібник. Тернопіль : Західноукраїнський національний університет, 2022. 88 с.
2. Маркетинг готельного і ресторанного господарства : конспект лекцій для здобувачів вищої освіти ступеня "бакалавр" спеціальності 241 "Готельно-ресторанна справа" денної форми навчання / уклад. В. М. Стамат. Миколаїв : МНАУ, 2021. 161 с.
3. Полінкевич О. М. Маркетинг туризму та готельно-ресторанної справи : навчальний посібник. Луцьк : ЛНТУ, 2022. 288
4. Маркетинг в готельно-ресторанному господарстві : навчальний посібник. / С. М. Цвілій, Т.С. Кукліна, В.М. Зайцева – Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2023. – 260 с.
5. Маркетинг : навч. посіб. / за ред. Н.Р. Іванечко. Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 180 с.

«Економіка готелів і ресторанів»

1. Сазонець О.М., Тесленко Т.В., Гакова М.В., Лучанська Ю.Г. Економіка гостинності : понятійно-термінологічний словник. Київ : Вид-во «Каравелла», 2024. 168 с.
2. Економіка готельно-ресторанного господарства : навч. посібник / С. А. Александрова, Л. В. Оболенцева, В. Ю. Світлична ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. – 142 с.
3. Економіка ресторанного господарства : навч. посібник : рекомендовано МОН України / Н. О. Власова [та ін.] ; ХДУХТ. – Вид. 2-ге, стер. – Х., 2019. – 389 с.
4. Економіка готельно-ресторанного бізнесу. Навчальний посібник / Басюк Т.П., Керанчук Т.Л. – К.: НУХТ, 2018. 360 с.