



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Маркетинг в малому бізнесі»

Ступінь вищої освіти – Магістр

Галузь знань: 24 Сфера обслуговування

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»

Освітня програма «Готельно-ресторанний бізнес»

Рік навчання 1, семестр 2

Форма навчання денна

Кількість кредитів ЄКТС 4

Мова викладання українська

Лектор навчальної
дисципліни

д.е.н., професор Мельниченко Світлана Володимирівна

Контактна інформація
лектора (e-mail)

Завідувач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму
s.melnichenko@nubip.edu.ua

URL ЕНК на
навчальному порталі
НУБІП України

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

(до 1000 друкованих знаків)

Дисципліна «Маркетинг у малому бізнесі» є вибірковою для підготовки здобувачів освітнього ступеня «магістр» спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» та формує у здобувачів вищої освіти «магістр» системи поглядів і спеціальних знань з маркетингу, набуття практичних навичок необхідних для здійснення ефективної маркетингової діяльності підприємств малого готельно-ресторанного бізнесу.

Завдання:

- визначення сутності понять «маркетинг у малому бізнесі», основних підходів і структурних елементів;
- оволодіння теоретичними і методологічними засадами планування, організації та контролю маркетингу малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу;
- вивчення методів, організації та здійснення маркетингових досліджень діяльності малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу;
- оволодіння знаннями щодо сегментування ринку готельно-ресторанних послуг і вибору цільових сегментів;
- набуття навичок щодо розроблення товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики;
- оволодіння теоретичними та практичними засадами стратегічного планування та контролю маркетингу малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

Набуття компетентностей:

інтегральна компетентність (ІК): Здатність розв'язувати складні задачі дослідницького та/або інноваційного характеру готельно-ресторанної справи.

загальні компетентності (ЗК):

ЗК 2. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 3. Здатність до аналізу, оцінки, синтезу, генерування нових ідей.

ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК 6. Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК 7. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

спеціальні компетентності спеціальності (СК):

СК 1. Здатність застосовувати науковий, аналітичний, методичний інструментарій, використовувати міждисциплінарні дослідження аналізу стану розвитку глобальних та локальних ринків готельних та ресторанних послуг для розв'язання складних задач розвитку готельного і ресторанного бізнесу.

СК 2. Здатність систематизувати та синтезувати інформацію для врахування крос-культурних особливостей функціонування суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

СК 4. Здатність створювати і впроваджувати продуктивні, сервісні, організаційні, соціальні, управлінські, інфраструктурні, маркетингові інновації у господарську діяльність суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу

СК 5. Здатність забезпечувати ефективну сервісну, комерційну, виробничу, маркетингову, економічну діяльність суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу

СК 7. Здатність до підприємницької діяльності.

СК 9. Здатність забезпечувати якість обслуговування споживачів готельних та ресторанних послуг.

СК 12. Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі готельно-ресторанної справи у мультидисциплінарних контекстах, у нових або незнайомих середовищах за наявності неповної або обмеженої інформації.

СК 13. Здатність здійснювати бізнес-планування діяльності осель сільського зеленого туризму, формулювати завдання, пов'язані з екологічністю діяльності суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу.

Програмні результати навчання

ПРН 4. Здійснювати моніторинг кон'юнктури ринку готельних та ресторанних послуг.

ПРН 5. Оцінювати нові ринкові можливості, формулювати бізнес-ідеї та розробляти маркетингові заходи з невизначених умов і вимог, що потребують застосування нових підходів, методів та інструментарію соціально-економічних досліджень.

ПРН 6. Відшукувати необхідні дані в науковій літературі, базах даних та інших джерелах, аналізувати та оцінювати ці дані, систематизувати й упорядковувати інформацію для вирішення комплексних задач професійної діяльності.

ПРН 7. Досліджувати моделі розвитку міжнародних та національних готельних і ресторанних мереж (корпорацій).

ПРН 9. Застосовувати спеціалізоване програмне забезпечення для розв'язання задач управління основними та допоміжними бізнес-процесами суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

ПРН 13. Здійснювати бізнес-планування осель сільського зеленого туризму, досліджувати світові і вітчизняні екологічні вимоги до засобів розміщення та закладів ресторанного господарства.

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИЦИПЛІНИ

Тема	Години (лекції/лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оці- нюва- ння
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи науки та наукової діяльності				
Тема 1. Теоретичні засади маркетингу підприємств малого бізнесу	2/2	Знати: - понятійний і термінологічний апарат навчальної дисципліни. Вміти: - опановувати теоретичні підходи маркетингу підприємства малого бізнесу.	Усне опитування. Дискусії. Тестування (у т.ч. в elearn)	5
Тема 2. Особливості маркетингу малих підприємств готельно- ресторанного бізнесу	2/2	Знати: - особливості маркетингу малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Вміти: - характеризувати зміст маркетингової діяльності малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу.	Усне опитування. Дискусії. Тестування (у т.ч. в elearn)	5
Тема 3. Управління маркетинговою діяльністю підприємств малого бізнесу	4/4	Знати: - сутність, функції та концепції маркетингової діяльності підприємств малого бізнесу. Вміти: - застосовувати знання щодо функцій та концептуальних підходів в управлінні маркетинговою діяльністю підприємства малого бізнесу.	Усне опитування. Дискусії. Тестування (у т.ч. в elearn)	10

Тема 4. Маркетингові дослідження на підприємствах малого бізнесу	4/4	Знати: - методи, основні етапи організації та здійснення маркетингових досліджень діяльності малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу; - сутність маркетингового середовища малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу; - особливості сегментування ринку готельно-ресторанних послуг. Вміти: - збирати, обробляти інформацію та аналізувати ринкові можливості малих підприємств, здійснювати вибір цільових ринків; - проводити поетапно маркетингові дослідження діяльності малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу.	Усне опитування. Дискусії. Практичні завдання. Тестування (у т.ч. в elearn)	10
Разом за модулем 1	12/12			30
Змістовий модуль 2. Технологія наукового дослідження				
Тема 5. Маркетингова товарна політика малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу	2/2	Знати: - сутність та особливості маркетингової товарної політики малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Вміти: - розробляти маркетингову товарну політику з урахуванням особливостей діяльності малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу.	Усне опитування. Дискусії. Практичні завдання. Тестування (у т.ч. в elearn)	5
Тема 6. Маркетингова цінова політика підприємств малого бізнесу з урахуванням галузевої специфіки	4/4	Знати: - сутність та особливості маркетингової цінової політики малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Вміти:	Опитування, дискусії. Практичні завдання. Тестування (у т.ч. в elearn). Виконання самостійної	10

		- розробляти маркетингову цінову політику з урахуванням особливостей діяльності малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу.	роботи (у т.ч. в elearn).	
Тема 7. Маркетингова збутова політика підприємств малого бізнесу	2/2	Знати: - сутність та особливості маркетингової збутової політики малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Вміти: - розробляти маркетингову збутову політику з урахуванням особливостей діяльності малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу.	Опитування, дискусії. Практичні завдання. Тестування (у т.ч. в elearn).	5
Тема 8. Маркетингова комунікаційна політика підприємств малого бізнесу	4/4	Знати: - сутність та особливості маркетингової комунікаційної політики малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Вміти: - розробляти маркетингову комунікаційну політику з урахуванням особливостей діяльності малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу.	Опитування, дискусії. Практичні завдання. Тестування (у т.ч. в elearn).	10
Тема 9. Стратегічне планування та контролю маркетингу малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу	6/6	Знати: - етапи процесу стратегічного планування та контролю маркетингу малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Вміти: - здійснювати стратегічне планування та контроль маркетингу малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу; - розраховувати бюджет маркетингу підприємства малого бізнесу з	Опитування, дискусії. Практичні завдання. Тестування (у т.ч. в elearn). Виконання самостійної роботи (у т.ч. в elearn).	10

		урахуванням галузевої специфіки.	
Разом за модулем 2	18/18		40
Екзамен			30
Всього за семестр	30/30		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). 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 ЗНАНЬ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

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

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна

1. Борисенко О. С., Шевченко А. В., Фісун Ю. В., Крапко О. М. Маркетинговий менеджмент: навчальний посібник // за заг. ред. О. С. Борисенко, А. В. Шевченко, Ю. В. Фісун, О. М. Крапко. – К.: НАУ, 2022. – 204 с.
2. Ватченко О. Б. Маркетинг малого бізнесу // International Scientific Journal “Internauka”. – [Електронний ресурс] : Режим доступу. – <http://www.inter-nauka.com/>
3. Дудар В. Управління маркетингом: електронний навч. посібник. Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2022. – 85 с.
5. Крейвен Р. Bright Marketing for Small Business. – Hodder, 2022. – 176 p.

Допоміжна

1. Карпенко Ю.М., Суворова С.Г. Маркетинг малого бізнесу: організаційні підходи та особливості управління / Чернігівський науковий часопис. № 1(8) (2017). С. 92-97.

2. Косар Н.С., Подарин В. Формування комплексу маркетингу для малого бізнесу у соціальних мережах / Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2022. Т 1. № 18. – С. 32-42.
3. Лазоренко Л.В. Управління маркетинговою діяльністю підприємства // Економіка. Менеджмент. Бізнес. – 2019. № 3 (29). – С. 13-17.
4. Ратушна Л. Управління маркетингом в діяльності підприємства малого та середнього бізнесу / Інвестиції: практика та досвід. 2020. № 15-16. – С. 111-115.

Інформаційні ресурси

1. Господарський кодекс України. URL: <https://urstat.com.ua/act/gku>
2. Електронна бібліотека України. URL: <http://www.elibukr.org/uk/resursi/impakt-faktor-ukrayinskih-zhurnaliv.html>
3. Електронні ресурси Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/node/2116>
4. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
5. Journal of Hospitality and Tourism Research. URL: <https://journals.sagepub.com/home/jht>
6. Інновації та технології в сфері послуг і харчування. URL: <http://itsf.chdtu.edu.ua/>
7. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації. URL: <http://restaurant-hotel.knukim.edu.ua/>