



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ В ГОТЕЛЬНО - РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ»

Ступінь вищої освіти - Магістр

Спеціальність 241 «Готельно – ресторанна справа»

Освітня програма «Готельно – ресторанний бізнес»

Рік навчання 1, семестр 1

Форма навчання денна

Кількість кредитів ЄКТС 4

Мова викладання українська (українська, англійська, німецька)

Лектор навчальної
дисципліни

к.е.н., доцент кафедри готельно – ресторанної справи та туризму
С.І.Мосіюк

Контактна інформація
лектора (e-mail):

4stefani2@gmail.com

URL ЕНК на
навчальному порталі
НУБіП України

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=4036>

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Навчальна дисципліна «Стратегічний маркетинг в готельно – ресторанному бізнесі» призначена для здобувачів другого рівня вищої освіти (магістр) відповідно до ОПП підготовки магістрів за спеціальністю 241 «Готельно – ресторанна справа» галузі знань 24 «Сфера обслуговування» ОПП «Готельно - ресторанний бізнес»

Актуальність вивчення даної дисципліни зумовлюється впровадженням в господарську діяльність підприємств готельно - ресторанної сфери маркетингових умінь в розробленні ефективної лінії поведінки фірми на ринку, тому курс «Стратегічний маркетинг в готельно – ресторанному бізнесі» є невід’ємною частиною програми підготовки фахівців для сфери готельно – ресторанного бізнесу.

Метою навчальної дисципліни «Стратегічний маркетинг в готельно – ресторанному бізнесі» є формування системи теоретичних знань із маркетингових стратегій і практичних навичок управління стратегічною маркетинговою діяльністю закладів готельно – ресторанної сфери.

Завдання навчальної дисципліни полягають в опануванні основних понять та навичок для управління закладами 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.

Компетентності навчальної дисципліни:

Інтегральна компетентність: Здатність розв’язувати складні задачі дослідницького та/або інноваційного характеру готельно-ресторанної справи

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК2. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК3. Здатність до аналізу, оцінки, синтезу, генерування нових ідей.

ЗК 4. Здатність працювати в команді.

ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК 6. Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК7. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК):

СК1. 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 3. Здатність планувати та здійснювати ресурсне забезпечення діяльності суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу

СК 4. Здатність створювати і впроваджувати продуктові, 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.

Програмні результати навчання:

ПРН 1. Розробляти і приймати ефективні рішення з питань розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу, враховуючи цілі, ресурси, обмеження та ризики, забезпечувати їх реалізацію, аналізувати і порівнювати альтернативи, оцінювати ризики та імовірні наслідки їх впливу.

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 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 11. Здійснювати дослідження та/або провадити інноваційну діяльність з метою отримання нових знань та створення нових технологій та видів послуг (продукції) в сфері готельно-ресторанного бізнесу та в ширших мультидисциплінарних контекстах.

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИДИПЛІНИ

Тема	Години (лекції/ практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оцін юва ння
1 семестр				
Модуль 1.				
Тема 1. Сутність стратегічно го маркетингу в	2/2/4	Знати шляхи розв'язання будь- яких практичних завдань для оцінки становища підприємства		5

готельно – ресторанному бізнесі		готельно-ресторанної сфери на ринку; методи аналізу стратегій сегментування, позиціонування, зростання підприємства, управління портфелем підприємства готельно-ресторанного бізнесу, товарного та сервісного «міксу», каналів розподілу, просування, ціноутворення, конкурентних стратегій тощо.	Здача індивідуальної чи практичної роботи.	9
Тема 2. Маркетингове стратегічне планування в індустрії гостинності	4/4/8		Написання тестів, есе.	14
Тема 3. Аналіз маркетингового середовища підприємства готельно - ресторанного бізнесу	6/6/12		Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn)	9
Тема 4. Маркетингова стратегічна сегментація та позиціонування закладів готельно – ресторанного бізнесу на ринку	4/4/8	<i>Вміти</i> вирішувати маркетингові завдання та виконувати відповіді функцій, а також бути здатними до творчого пошуку напрямків та резервів удосконалення стратегічної маркетингової діяльності підприємств готельно-ресторанної сфери	Розв’язок задач, тощо.	5
Тема 5. Основні теорії конкурентної переваги	2/2/4			5
Тема 6. Маркетингові конкурентні стратегії	2/2/4			5
Тема 7. Маркетингові стратегії зростання і диверсифікації	2/2/4	<i>Аналізувати</i> ринок туристичного та готельно-ресторанного бізнесу.		5
Тема 8. Маркетингові стратегії ціноутворення	2/2/4	<i>Планувати</i> діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах; синтезувати рішення щодо інноваційних та інвестиційних можливостей суб’єкта готельно-ресторанного бізнесу.		5
Тема 9. Маркетингові стратегії диференціації	2/2/4			8
Тема 10 Маркетингове стратегічне управління портфелем бізнесу підприємства готельно – ресторанного бізнесу	4/4/8	<i>Розробляти та впроваджувати</i> стратегії, інструменти і методи управління, засновані на системних і комплексних підходах; ефективні заходи щодо лінії поведінки підприємств готельно-ресторанної сфери на ринку.		
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 <u>відвідування</u>:	<u>Відвідування</u> 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 та результати складання	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Балабанова Л., Холод В., Балабанова І. Стратегічний маркетинг: підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 612 с
2. Кравченко О.В. Поняття стратегії розвитку підприємства. [Електронний ресурс] URL: uabs.edu.ua/images/stories/docs/K_BOA/kravchenko_023.pdf
3. Писаренко В.В., Багорка М.О. Стратегічний маркетинг. навчальний посібник Дніпро: Пороги, 2020. 240 с. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/8387>
4. Стратегічний маркетинг : конспект лекцій. 2-е вид. Кислюк Л.В. / Київ : Видавничий Дім «Кондор», 2020. 172 с.
5. Стратегічний маркетинг [Електронний ресурс] : навчальний посібник / Я. С. Ларіна, О. І. Бабічева, Л. В. Романова, Н. М. Антофій. — Херсон : ОлдіПлюс, 2019. — 364 с. — режим доступу: <http://elib.chdtu.edu.ua/e-books/2981>
6. Стратегічний маркетинг: електронний навчальний посібник для студентів спеціальності 075 МАРКЕТИНГ, ступеня вищої освіти магістр / Ю.Т. Процишин – Тернопіль: ЗУНУ, 2022 – 146 с

Інформаційні ресурси

- 1.Hospitality Net <https://www.hospitalitynet.org/>
- 2.PhocusWire – Hospitality. <https://www.phocuswire.com/Hotel> , <https://www.phocuswire.com/>
- 3.Веб-сайт: Hotel Business. <https://hotelbusiness.com/>
4. eHotelier Tnooz. <https://ehotelier.com/>
- 5.HotelMarketing.com. <https://www.hospitality.today/>
- 6.HSMAI - Hospitality Sales and Marketing Association International. <https://global.hismai.org/>
- 7.Cornell Center for Hospitality Research. <https://sha.cornell.edu/faculty-research/centers-institutes/chr/>
- 8.Think with Google – Travel. <https://www.thinkwithgoogle.com/collections/travel-and-tourism/>
9. National Restaurant Association – Research. <https://restaurant.org/research-and-media/research/>

