



## СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В ГРБ»

Ступінь вищої освіти - Бакалавр  
Спеціальність 241 «Готельно – ресторанна справа»  
Освітня програма «Готельно – ресторанна справа»  
Рік навчання 4 , семестр 7  
Форма навчання денна  
Кількість кредитів ЄКТС 5  
Мова викладання українська (українська, англійська, німецька)

**Лектор дисципліни:**

Мосіюк С.І.

**Контактна інформація  
лектора (e-mail):  
Сторінка дисципліни в  
eLearn :**

4stefani2@gmail.com

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=5102>

### ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

(до 1000 друкованих знаків)

Навчальна дисципліна «Маркетингові комунікації в 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 індустрії гостинності маркетингових рішень, тому курс «Маркетингові комунікації в ГРБ» є невід'ємною частиною програми підготовки фахівців з готельно – ресторанної справи.

Мета навчальної дисципліни «Маркетингові комунікації в ГРБ» є формування системи поглядів та спеціальних знань у галузі маркетингових комунікацій підприємств гостинності в сфері бізнесу, набуття практичних навичок щодо просування продукту на ринку з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективності діяльності формувань готельно – ресторанного бізнесу.

Завдання навчальної дисципліни полягають в засвоєнні теоретичних та організаційних основ маркетингових комунікацій в індустрії гостинності, розуміння сутності організації та взаємозв'язку її внутрішніх елементів та зовнішнього середовища, розумінні системи маркетингових комунікацій в сфері гостинності.

### СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Тема	Години (лекції/ практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
Змістовий модуль 1. Основи маркетингових комунікацій та їх інструментів				
Тема 1. Комунікаційні системи маркетингу	2/2/6	Знати: -місце комунікаційних зв'язків у системі маркетингу;	Здача індивідуальної практичної роботи.	7
Тема 2. Стратегії та планування маркетингових	2/2/6	-розуміти зміст маркетингової	Написання тестів, ессе.	7

омунікацій		комунікації, системи	Виконання	
Тема 3. Реклама як основний засіб маркетингових комунікацій	2/2/6	маркетингових комунікацій, комунікаційної політики; - особливості засобів впливу в комплексі	самостійної роботи (в.т.ч. в elearn)	7
Тема 4. Стимулювання буту й особливості його використання	2/2/6	комунікацій; -розуміти зміст процесу комунікації;	Розв'язок задач, тощо.	7
Тема 5. Дослідження поведінки поживача	2/2/6	-модель процесу передачі інформації при здійсненні комунікації; -сутність і роль реклами		7
Тема 6. Організація роботи з громадськістю	2/2/6	у системі маркетингової комунікації; -загальні критерії		7
Тема 7. PR та його роль у маркетинговій політиці	2/2/6	формування комплексу маркетингової комунікації; -особливості		7
Тема 8. Прямий маркетинг	2/2/6	різноманітних каналів розповсюдження інформації;		7
Самостійна робота 1		-розуміти сутність		7
Самостійна робота 2		інтегрованих		7
Тест до змістового модуля		маркетингових		30
Всього за змістовим модулем 1		комунікацій;		100
<b>Змістовний модуль 2. Організація маркетингових комунікацій</b>		-розуміти сутність спонсорювання та меценатства;		
Тема 9. Виставкова діяльність як інтегрований інструмент маркетингових комунікацій	2/2/6	- особливості психологічного впливу реклами на людину <i>вміти:</i> -використовувати функції реклами для впливу на потенційних покупців, сприяння збуту, регулюючого впливу на ринок;		7
Тема 10. Персональні продажі як особова комунікація	2/2/6	-сприяти відтворенню клімату довіри між фірмою та громадськістю за допомогою престижної реклами;		7
Тема 11. Інтегровані маркетингові комунікації	2/2/6	-оцінити середовище, виробити мету підприємства ГРБ для постанови мети ;		7
Тема 12. Імідж підприємства: проблеми формування та реалізації	2/2/6	-розробити структуру комплексу засобів стимулювання;		7
Тема 13. Інтернет-маркетинг	2/2/6			7
Тема 14.	2/2/6			7

Організація маркетингових комунікацій		-провести обстеження ринку і засобів збуту, конкурентів, покупців, виходячи з цілей	
Тема 15. Оцінювання ефективності маркетингових комунікацій	2/2/6	рекламної кампанії; -скласти план і організувати проведення інтегрованих комунікацій; -розробити бюджет маркетингових комунікацій та рекламних компаній; -організувати ефективні маркетингові комунікації.	7
Самостійна робота 3		Поглиблення теоретичних та практичних знань в управлінні маркетинговою діяльністю	10
Самостійна робота 4		Поглиблення теоретичних та практичних знань в управлінні маркетинговою діяльністю	11
Тест до модуля		Показати достатні знання з вивченого матеріалу	30
<i>Всього за змістовим модулем 2</i>			100
<b>Всього за семестр (навчальна робота 70%)</b>			<b>70</b>
<b>Екзамен</b>			<b>30</b>
<b>Всього за курс</b>			<b>100</b>

### ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

<b>Політика щодо дедлайнів та перескладання:</b>	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).
<b>Політика щодо академічної доброчесності:</b>	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
<b>Політика щодо відвідування:</b>	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 ЗНАТЬ СТУДЕНТІВ

<b>Рейтинг студента, бали</b>	<b>Оцінка національна за результати складання екзаменів заліків</b>	
	<b>екзаменів</b>	<b>заліків</b>

90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано