



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В ГОТЕЛЬНО – РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ»

Ступінь вищої освіти - Бакалавр
Спеціальність 241 «Готельно – ресторанна справа»
Освітня програма «Готельно – ресторанна справа»
Рік навчання 4 , семестр 8
Форма навчання денна. заочна
Кількість кредитів ЄКТС 4
Мова викладання українська (українська, англійська, німецька)

Лектор навчальної
дисципліни:

Контактна інформація
лектора (e-mail):

URL ЕНК на навчальному
порталі НУБіП України:

Мосіюк Стефанія Іванівна, кандидат економічних наук,
доцент

4stefani2@gmail.com

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

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

(до 1000 друкованих знаків)

Навчальна дисципліна «Маркетингові комунікації в готельно – ресторанному бізнесі» 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 готельно – ресторанному бізнесі» є невід'ємною частиною програми підготовки фахівців з готельно – ресторанної справи.

Мета навчальної дисципліни «Маркетингові комунікації в готельно – ресторанному бізнесі» 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.

Компетентності навчальної дисципліни:

Інтегральна компетентність: Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми діяльності суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу, що передбачає застосування теорій та методів системи наук, які формують концепції гостинності і характеризується комплексністю і невизначеністю умов.

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК 04. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій

ЗК 05. Здатність працювати в команді.

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

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

СК 08. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання готельних та ресторанних послуг для різних сегментів споживачів

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

СК15. Здатність розробляти проекти, дизайнерські рішення підприємств готельно-ресторанного бізнесу у відповідності до запитів споживчого ринку.

Програмні результати навчання:

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

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

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

СТРУКТУРА НАВАЛЬНОЇ ДИЦИПЛІНИ

Тема	Години (лекції/ практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
Семестр 8				
Модуль 1				
Тема 1. Комунікації в системі маркетингу	2/2	<i>Знати:</i> -місце комунікаційних зв'язків у системі маркетингу;	Здача індивідуальної практичної роботи.	5
Тема 2. Стратегії та планування маркетингових комунікацій	2/2	-розуміти зміст маркетингової комунікації, системи маркетингових комунікацій,	Написання тестів, ессе.	5
Тема 3. Реклама як основний засіб маркетингових комунікацій	2/2	маркетингових комунікацій, комунікаційної політики;	Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn)	5
Тема 4. Стимулювання розвитку й особливості його використання	2/2	- особливості засобів впливу в комплексі комунікацій;	Розв'язок задач, тощо.	5
Тема 5. Організація роботи з громадськістю	2/2	- модель процесу передачі інформації при здійсненні комунікації;		5
Тема 6. PR та його роль у маркетинговій політиці	2/2	-сутність і роль реклами у системі маркетингової комунікації;		5
Тема 7. Прямий маркетинг	2/2	-загальні критерії формування комплексу маркетингової комунікації;		5
Тема 8. Виставкова діяльність як інтегрований інструмент маркетингових комунікацій	2/2	-особливості різноманітних каналів розповсюдження інформації;		5
Тема 9. Інтегровані маркетингових комунікацій	2/2	-розуміти сутність інтегрованих маркетингових комунікацій		5

Персональні родажі як особова комунікація		комунікацій; -розуміти сутність спонсорування та	
Тема 10. Інтегровані маркетингові комунікації	2/2	меценатства; - особливості психологічного впливу реклами на людину	5
Тема 11. Інтернет- маркетинг	2/2	<i>вміти:</i> -використовувати	5
Тема 12. Організація маркетингових комунікацій	2/2	функції реклами для впливу на потенційних покупців, сприяння збуту, регулюючого	7
Тема 13. Оцінювання ефективності маркетингових комунікацій	2/2	впливу на ринок; -сприяти відтворенню клімату довіри між фірмою та громадськістю за допомогою престижної реклами; -оцінити середовище, виробити мету підприємства ГРБ для постанови мети ; -розробити структуру комплексу засобів стимулювання; -провести обстеження ринку і засобів збуту, конкурентів, покупців, виходячи з цілей рекламної кампанії; -скласти план і організувати проведення інтегрованих комунікацій; -розробити бюджет маркетингових комунікацій та рекламних компаній; -організувати ефективні маркетингові комунікації.	8
Всього за семестр			70
Екзамен			30
Всього за курс			100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів та	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів
---------------------------------------	--

перескладання:	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 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 ЗНАТЬ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

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

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

- 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.hsm.ai.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/>
-
