



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ ГОТЕЛЬНО – РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ»

Ступінь вищої освіти - Бакалавр

Спеціальність 241 «Готельно – ресторанна справа»

Освітня програма «ГРС»

Рік навчання 3 , семестр 5

Форма навчання денна, заочна

Кількість кредитів ЄКТС 6

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=4605>

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

(до 1000 друкованих знаків)

Навчальна дисципліна «Маркетинг готельно – ресторанного бізнесу» 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 гостинності маркетингових рішень, тому курс «Маркетинг ГРБ» є невід’ємною частиною програми підготовки фахівців з готельної та ресторанної справи.

Мета навчальної дисципліни «Маркетинг готельно – ресторанного бізнесу » є формування у студентів сучасної цілісної системи поглядів та спеціальних знань у сфері маркетингу, набуття практичних навичок та засвоєння теоретичних основ маркетингової діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу, опанування сучасних методик проведення аналізу маркетингового середовища, вибору цільового сегмента споживачів, розробки ефективної товарної, цінової, комунікаційної політики та політики розповсюдження.

Завдання навчальної дисципліни полягають в засвоєнні знань з основ маркетингової діяльності, розуміння сутності маркетингу підприємств в готельно – ресторанному бізнесі, його особливостей, вивчення ринку послуг, його структуризації на різних рівнях, регулювання і нормативного забезпечення, засвоєння особливостей маркетингового інструментарію в діяльності підприємств гостинності, уміння використовувати набуті знання в практичній діяльності .

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 та невизначеністю умов.

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК 04. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій

ЗК 05.Здатність працювати в команді.

ЗК 06. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

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

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

СК 15. Здатність розробляти проекти підприємств готельно-ресторанного бізнесу у відповідності запитам споживачів з урахуванням проблем розвитку індустрії гостинності.

СК 16. Здатність розробляти об'ємно-планувальні та дизайнерські рішення підприємств готельного та ресторанного господарства

Програмні результати навчання:

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

ПРН 06. Аналізувати, інтерпретувати і моделювати на основі існуючих наукових концепцій сервісні, виробничі та організаційні процеси готельного та ресторанного бізнесу

ПРН 09. Здійснювати підбір технологічного устаткування та обладнання, вирішувати питання раціонального використання просторових та матеріальних ресурсів.

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИЦИПЛІНИ

Тема	Години (лекції/ практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
Семестр 1				
Модуль 1				
Тема 1. Основи маркетингової діяльності підприємства, основні елементи та види маркетингу	4/4	<i>Знати</i> основні поняття, визначення та терміни дисципліни; теоретичні та методологічні основи аналізу ринку та підходи до його проведення; склад маркетингового середовища підприємства; етапи розробки стратегічної маркетингової програми; методи проведення ситуаційного аналізу та аналізу стратегічного господарського портфелю послуг підприємств готельного і ресторанного бізнесу;	Здача індивідуальної чи практичної роботи. Написання тестів, есе.	9
Тема 2. Маркетингове середовище підприємства.	4/4	основні підходи до сегментування ринку та позиціонування на ньому послуг підприємства; основні напрями і складові маркетингового комплексу підприємства;	Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn)	9
Тема 3. Сутність та специфіка маркетингу послуг	2/2	теоретико-методологічні підходи щодо оцінювання	Розв'язок задач, тощо.	5
Тема 4. Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку та можливостей підприємств	4/4			9
Тема 5. Основні поняття та показники підприємств	2/2			5

громадського харчування та готельного господарства		конкурентоспроможності підприємств готельного та ресторанного господарства; цілі, етапи та структуру плану маркетингу. <i>вміти</i> застосовувати різні концепції управління маркетингом для удосконалення маркетингової діяльності підприємств готельного і ресторанного господарства; виявляти потреби споживачів; аналізувати оточуюче середовище та вплив контрольованих і неконтрольованих чинників на діяльність підприємств; проводити маркетингові дослідження та збирати маркетингову інформацію; застосовувати різні підходи до аналізу господарського портфелю послуг підприємств готельного та ресторанного бізнесу та розробляти стратегію їх зростання; проводити сегментацію ринку за різними ознаками.	
Тема 6. Товарна політика підприємств готельного та ресторанного господарства	4/4		9
Тема 7. Цінова політика підприємств готельного та ресторанного господарства.	2/2		5
Тема 8. Політика розповсюдження послуг підприємств готельного та ресторанного господарства	2/2		5
Тема 9. Комунікаційна політика підприємств готельного та ресторанного господарства.	2/2		5
Тема 10. Планування маркетингу підприємств готельного та ресторанного бізнесу	4/4	<i>вміти</i> здійснювати позиціонування послуг підприємств; розробляти комплекс маркетингу і формувати товарну, цінову, збутову та політику просування послуг на ринку; оцінювати рівень конкурентоспроможності підприємства; практично формувати розділи плану маркетинг.	9
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 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
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/>
 9. National Restaurant Association – Research. <https://restaurant.org/research-and-media/research/>
-

