



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ В ТУРИСТИЧНОМУ ТА ГОТЕЛЬНО – РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ»

Ступінь вищої освіти - Магістр
Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітня програма «Управління туристичним та готельно-ресторанним бізнесом»

Рік навчання 1 , семестр 2

Форма навчання денна

Кількість кредитів ЄКТС 4

Мова викладання українська (українська, англійська, німецька)

Лектор дисципліни:

к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно – ресторанного бізнесу і консалтингу С.І.Мосіюк

Контактна інформація лектора (e-mail):

4stefani2@gmail.com

Сторінка дисципліни в eLearn :

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=4265>

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

(до 1000 друкованих знаків)

Навчальна дисципліна «Стратегічний маркетинг в туристичному та готельно – ресторанному бізнесі» призначена для здобувачів другого рівня вищої освіти (магістр) відповідно до ОПП підготовки магістрів за спеціальністю 073 «Менеджмент» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» ОПП «Управління туристичним та готельно-ресторанним бізнесом»

Актуальність вивчення даної дисципліни зумовлюється впровадженням в господарську діяльність підприємств туристичної галузі маркетингових умінь в розробленні ефективної лінії поведінки фірми на ринку, тому курс «Стратегічний маркетинг в туристичному та готельно – ресторанному бізнесі» є невід’ємною частиною програми підготовки фахівців з туризму.

Метою навчальної дисципліни «Стратегічний маркетинг в туристичному та готельно – ресторанному бізнесі» є формування системи теоретичних знань із маркетингових стратегій і практичних навичок управління стратегічною маркетинговою діяльністю закладів туристичної та готельно – ресторанної сфери на базі вивчення законодавчих документів, нормативної, спеціальної, довідкової літератури та ресурсів всесвітньої мережі Інтернет.

Завдання навчальної дисципліни полягають в опануванні основних понять та навичок для управління закладами туристичної 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, які спрямовані на задоволення потреб споживачів послуг

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Тема	Години (лекції/ практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оцінюванн я
1 семестр				

Модуль 1				
Тема 1. Поняття стратегічного маркетингу	2/2	<i>Знати</i> шляхи розв’язання будь-яких практичних завдань для оцінки становища підприємства туристичної та готельно - ресторанної сфери на ринку ;методи аналізу стратегій сегментування, позиціонування,зростання підприємства, управління портфелем туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, товарного та сервісного «міксу», каналів розподілу, просування, ціноутворення, конкурентних стратегій тощо. <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 туристичної та готельного – ресторанної сфери <i>Аналізувати</i> ринок туристичного та готельно – ресторанного бізнесу. <i>Планувати</i> діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах; синтезувати рішення щодо інноваційних та інвестиційних можливостей суб’єкта туристичного та готельно-ресторанного бізнесу. <i>Розробляти</i> та <i>впроваджувати</i> стратегії,	Здача індивідуальної чи практичної роботи. Написання тестів, ессе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn) Розв’язок задач, тощо.	7
Тема 2. Структура системи стратегічного маркетингу	4/4		9	
Тема 3. Стратегічні ресурси туристичних підприємств	4/4		9	
Тема 4. Маркетингова стратегічна сегментація	4/4		9	
Тема 5. Бізнес-позиціонування на ринку туристичних послуг	4/4		9	
Тема 6 . Основні теорії конкурентної переваги	4/4		9	
Тема 7. Маркетингові конкурентні стратегії	4/4		9	
Тема 8. Маркетингові стратегії зростання і диверсифікації	4/4		9	

		інструменти і методи управління, засновані на системних і комплексних підходах; ефективні заходи щодо лінії поведінки підприємств туристичної та готельно – ресторанної сфери на ринку.		
Всього за 1 семестр				70
Екзамен				30
Всього за курс				100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

<i>Політика щодо дедлайнів та перескладання:</i>	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).
<i>Політика щодо академічної доброчесності:</i>	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
<i>Політика щодо відвідування:</i>	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 ЗНАЬ СТУДЕНТІВ

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