



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 заочна

Кількість кредитів ЄКТС 5

Мова викладання українська (українська, англійська, німецька)

Лектор дисципліни:

**Контактна інформація
лектора (e-mail):**

**Сторінка дисципліни в
eLearn :**

к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно – ресторанного
бізнесу і консалтингу С.І.Мосіюк
4stefani2@gmail.com

<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

Компетентності ОП:

Інтегральна компетентність: Здатність розв’язувати спеціалізовані задачі різного рівня складності у процесі навчання, із застосуванням базових теоретичних знань, розвинутої системи логічного мислення, комплексу теорій та методів фундаментальних і прикладних наук; здатність розв’язувати практичні проблеми організаційного,

інноваційного, технологічного і науково- дослідного характеру, спрямованих на розвиток туристичного та готельно-ресторанного бізнесу.

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК5. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК):

СК2. Здатність встановлювати цінності, бачення, місію, цілі та критерії, за якими організація визначає подальші напрями розвитку, розробляти і реалізовувати відповідні стратегії та плани

СК4. Здатність до ефективного використання та розвитку ресурсів організації

СК11. Здатність формулювати завдання, пов'язані з впровадженням систем управління якістю та її складових в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі, забезпечувати захист прав споживачів.

СК12. Здатність управляти проектами, стартапами, ризиками в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі.

СК13. Здатність аналізувати геопросторову організацію туристичного процесу і проектувати її на засадах сталого розвитку.

СК14. Здатність реалізовувати заходи і механізми регулювання туристичною та готельно-ресторанною діяльністю на різних рівнях управління.

СК15. Здатність запроваджувати механізми взаємодії суб'єктів світового та національного туристичного та готельно-ресторанного ринків і положень соціально-відповідального бізнесу в індустрії гостинності.

Програмні результати навчання:

ПРН05. Планувати діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах

ПРН09. Вміти спілкуватись в професійних і наукових колах державною та іноземною мовами

ПРН16. Здійснювати управлінські функції на основі стратегічного маркетингу для задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності у сфері туристичного та готельно-ресторанного бізнесу.

ПРН17. Здатність формувати стратегічні напрями сталого розвитку підприємств індустрії гостинності

СТРУКТУРА ДИЦИПЛІНИ

Тема	Години (лекції/ практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
Змістовий модуль 1. Методологічні основи стратегічного маркетингу				
Тема 1. Поняття стратегічного маркетингу	1/1	Знати шляхи розв'язання будь-яких практичних завдань для оцінки становища підприємства	Здача індивідуальної чи практичної роботи.	14
Тема 2. Структура системи стратегічного маркетингу	1/1	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,	Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn)	14
Тема 3. Стратегічні ресурси туристичних підприємств	1/1		Розв'язок задач, тощо.	14
Тема 4. Маркетингова стратегічна	1/1		Написання тестів, ессе.	14

сегментація		ціноутворення, конкурентних стратегій тощо.		
Самостійна робота 1				14
<i>Тест до модуля 1</i>				30
<i>Загалом по модулю 1</i>				100
Змістовий модуль 2. Функції та технології стратегічного маркетингу на підприємствах туристичного та готельно – ресторанного бізнесу		Вміти 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		14
Тема 5. Бізнес-позиціювання на ринку туристичних послуг	1/1	Аналізувати ринок туристичного та готельно – ресторанного бізнесу.		14
Тема 6 . Основні теорії конкурентної переваги	1/1	Планувати діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах; синтезувати рішення щодо інноваційних та інвестиційних можливостей суб'єкта туристичного та готельно-ресторанного бізнесу.		14
Тема 7. Маркетингові конкурентні стратегії	1/1			
Тема 8. Маркетингові стратегії зростання і диверсифікації	1/1	Розробляти та впроваджувати стратегії, інструменти і методи управління, засновані на системних і комплексних підходах; ефективні заходи щодо лінії поведінки підприємств туристичної та готельно – ресторанної сфери на ринку.		14
Самостійна робота 2				14
<i>Тест до модуля 2</i>				30
<i>Загалом за модулем 2</i>				100
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 ЗНАНЬ 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

Рекомендовані джерела

1. Балабанова Л.В. Стратегічний маркетинг [Текст]: підручник / Л.В. Балабанова, В.В. Холод, І.В. Балабанова. – К.: Центр учбової літератури, 2014. – 631 с.
2. Василенко В.О. Стратегічне управління підприємством: навч. посіб. / В.О. Василенко, Т.І. Ткаченко. – 3-тє вид., виправл. і допов. – К.: Центр навч. л-ри, 2014. – 400 с.
3. Крикавський Є.В. Стратегічний маркетинг: навч. посібник / Є.В. Крикавський, Л.І. Третьякова, Н.С. Косар. – 2-ге вид. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2013. – 256 с.
4. Бойко М.Г. Стратегічний маркетинг в готельному та ресторанному бізнесі. ОКЛ. – К.: 2017. – 108с.