

**Силабус навчальної дисципліни
«Маркетинг готельного і ресторанного господарства»**

Галузь знань: 24 Сфера обслуговування

Спеціальність: 241 Готельно-ресторанна справа

Освітня програма: Готельно-ресторанна справа

Рівень вищої освіти: перший(бакалаврський)

Курс: 3

Семестр: 5

Факультет	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
Кафедра	Маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
Викладач(-і)	ПІБ: Гарматюк Олена Валентинівна Посада: ст. викладач кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом E-mail: harmatiuk.o@udpu.edu.ua
Лінк на освітній контент дисципліни	https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/view.php?id=11747
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна обов'язкового компонента
Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години	3/90
Обсяг дисципліни (години) та види занять	Денна форма: лекції (18 год.), практичні (18 год.), самостійна робота (54 год.)
	Заочна форма: лекції (6 год.), практичні (6 год.), самостійна робота (78 год.)
Політика дисципліни	Академічна доброчесність. Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Кодексом академічної доброчесності Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. Відвідування занять. Відвідування занять є важливою складовою освітнього процесу. Очікується, що здобувачі вищої освіти відвідають всі лекції і семінарські (практичні) заняття курсу. Пропуски семінарських (практичних) занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку. Здобувач вищої освіти зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття упродовж двох тижнів з дня пропуску його. Креативна ініціатива здобувача вищої освіти. Здобувачі вищої освіти мають можливість за власною ініціативою підготувати доповіді до визначених робочою програмою тем семінарських (практичних) занять на

	основі пошуку та огляду наукових публікацій за заданою проблематикою дисципліни, поглибленому опрацюванні окремих лекційних тем або питань; при виконанні ІНДЗ самостійно вибирають його тему та творчо підходять до його вирішення.
Що будемо вивчати?	Зміст та особливості маркетингу готельного і ресторанного господарства. Особливості впровадження комплексу маркетингу в сфері обслуговування. Потреби, засоби їх задоволення і доведення до споживачів, методи маркетингових досліджень. Комплексний аналіз та прогнозування ринку, розробка стратегії маркетингу та інструментів її реалізації – товарної, цінової, комунікаційної політики, аналіз та контроль маркетингової діяльності.
Чому це треба вивчати?	Формування у майбутніх фахівців системи теоретичних знань та практичних навичок щодо сутності і змісту маркетингу готельного і ресторанного господарства як філософії підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки та конкуренції, організація маркетингової діяльності та її пріоритети у сучасних умовах.
Яких результатів можна досягнути?	Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії готельної та ресторанної справи, організації обслуговування споживачів та діяльності суб'єктів ринку готельних та ресторанних послуг, а також суміжних наук. Аналізувати сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності та рекреаційного господарства. Аналізувати, інтерпретувати і моделювати на основі існуючих наукових концепцій сервісні, виробничі та організаційні процеси готельного та ресторанного бізнесу. Організовувати процес обслуговування споживачів готельних та ресторанних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами готельних та ресторанних послуг Розробляти нові послуги (продукцію), використовуючи сучасні технології виробництва та обслуговування споживачів. Розуміти економічні процеси та здійснювати планування, управління і контроль діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу. Виконувати самостійно завдання, розв'язувати задачі і проблеми, застосовувати їх в різних професійних ситуаціях та відповідати за результати своєї діяльності.

	<p>Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань при організації ефективних комунікацій зі споживачами та суб'єктами готельного та ресторанного бізнесу.</p> <p>Діяти у відповідності з принципами соціальної відповідальності та громадянської свідомості</p>
Як можна використати набуті знання та уміння?	<p>Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, вести здоровий спосіб життя.</p> <p>Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>Здатність управляти підприємством, приймати рішення у господарській діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.</p> <p>Здатність розробляти нові послуги (продукцію) з використанням інноваційних технологій виробництва та обслуговування споживачів. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання готельних та ресторанних послуг для різних сегментів споживачів.</p> <p>Здатність ініціювати концепцію розвитку бізнесу, формулювати бізнес-ідею розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.</p>
Зміст дисципліни	<p>Сутність маркетингу, його сучасна концепція.</p> <p>Принципи та функції маркетингу готельного і ресторанного господарства.</p> <p>Комплекс маркетингу у сфері обслуговування.</p> <p>Вплив маркетингового середовища на діяльність підприємств сфери обслуговування.</p> <p>Аналіз поведінки споживача.</p> <p>Сегментація ринку.</p> <p>Маркетингова товарна політика.</p> <p>Маркетингова цінова політика у сфері обслуговування.</p> <p>Маркетингова політика просування у сфері обслуговування.</p> <p>Маркетинговий контроль.</p> <p>План маркетингу.</p>
Обов'язкові завдання	<p>Планується виконання здобувачами вищої освіти обов'язкових та додаткових декількох видів завдань: підготовка доповідей за заданою проблематикою</p>

	дисципліни, поглибленого опрацювання окремих лекційних тем або питань; підготовка до поточного контролю знань, що полягає в опрацюванні контрольних запитань, питань для самодіагностики, самостійному опрацюванні теоретичного матеріалу за зазначеною тематикою; систематизація вивченого матеріалу для підготовки до екзамену (перелік міститься в Методичних вказівках для підготовки до семінарських (практичних) занять), а також обов'язкових письмових індивідуальних навчально-дослідних завдань (за вибором студента).
Міждисциплінарні зв'язки	Маркетинг. Планування і організація готельного і ресторанного господарства. Ціноутворення. Логістика. Управління дистрибуцією послуг.
Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Агеєв Є. Я. Практикум з маркетингу (збірник текстів, задач та завдань) : навч. посіб. Львів : «Новий світ-2000», 2018. 493 с. 2. Бутенко Н.В. Маркетинг : підручник: Київ : Атіка, 2008. 299. 3. Мальченко В. М. Маркетинг послуг.: навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2006. 358 с. 4. Маркетинг : підручник / за ред. А. О. Старостіної. Київ : Знання, 2009. 1070 с. 5. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу : монографія / за ред. С.М. Ілляшенка. Суми : Університетська книга, 2008. 614 с. 6. Маркетинг у галузях і сферах діяльності : навч. посібник / за ред. Буднікевич І. М. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 535с. 7. Парсяк В. Н. Маркетинг: сучасна концепція та технології : підручник. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. 324. 8. Савельєв Є. В., Чеботар С. І., Шевчик М. Г., Мартинюк В. О., Матвіїв М. Я. Новітній маркетинг : навч. посібник / за ред. Є. В. Савельєва. Київ : Знання, 2008. 420 с. 9. Шканова О. М. Маркетинг послуг : навч. посіб. Київ : Кондор, 2008. 302 с.
Поточний контроль	Виконання завдань практичних, модульних контрольних робіт.
Підсумковий контроль	Залік.

Розробник



(Гарматюк О.В.)