

Силабус навчальної дисципліни

«Маркетинг»

Галузь знань: 24 Сфера обслуговування
 Спеціальність: 241 Готельно-ресторанна справа
 Освітня програма: Готельно-ресторанна справа
 Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)
 Курс: 2
 Семестр: 4

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=7536
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна обов'язкового компонента із фахового переліку
Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години	4/120
Обсяг дисципліни (години) та види занять	Денна форма: лекції (30 год.), практичні (30 год.), самостійна робота (60 год.) Заочна форма: лекції (8 год.), практичні (8 год.), самостійна робота (104 год.)
Політика дисципліни	Політика курсу спрямована на створення доброзичливої атмосфери на занятті, активної комунікації у групі. 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?	Потреби, засоби їх задоволення і доведення до споживачів, методи маркетингових досліджень. Загальні закономірності розвитку маркетингу в ринкових умовах, систему маркетингу підприємства. Комплексний аналіз та прогнозування ринку, розробка стратегії маркетингу та інструментів її реалізації – товарної, цінової, комунікаційної політики та політики розподілу, аналіз та контроль маркетингової діяльності.
Чому це треба вивчати?	Формування у майбутніх фахівців системи знань щодо сутності і змісту маркетингу як філософії підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки та конкуренції, організація маркетингової діяльності та її пріоритети у сучасних умовах.
Яких результатів можна досягнути?	Аналізувати сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності та рекреаційного господарства. Виконувати самостійно завдання, розв'язувати задачі і проблеми, застосовувати їх в різних професійних ситуаціях та відповідати за результати своєї діяльності. Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань при організації ефективних комунікацій зі споживачами та суб'єктами готельного та ресторанного бізнесу.

	Презентувати власні проекти і розробки, аргументувати свої пропозиції щодо розвитку бізнесу.
Як можна використати набуті знання та уміння?	Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання готельних та ресторанних послуг для різних сегментів споживачів. Здатність ініціювати концепцію розвитку бізнесу, формулювати бізнес-ідею розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.
Зміст дисципліни	Сутність маркетингу, його сучасна концепція. Характеристика основних видів маркетингу. Маркетингове середовище. Комплексне дослідження ринку. Маркетингова товарна політика. Маркетингова цінова політика. Маркетингова політика розподілу. Маркетингова політика комунікацій. Організація і контроль маркетингової діяльності. Планування маркетингової діяльності.
Обов'язкові завдання	Опанування методологічного апарату організації маркетингової діяльності на підприємстві, набуття здатності до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової діяльності.
Міждисциплінарні зв'язки	Маркетинг готельного і ресторанного господарства. Ціноутворення. Логістика. Менеджмент готельно-ресторанного господарства.
Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)	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. посібник. Київ : КНЕУ, 2006. 358 с. 4. Маркетинг : підручник / за ред. А. О. Старостіної. Київ : Знання, 2009. 1070 с. 5. Маркетинг інновацій і інновації в маркетинг : монографія / за ред. С.М. Ілляшенка. Суми : Університетська книга, 2008. 614 с. 6. Маркетинг у галузях і сферах діяльності : навч. посіб. / за ред. І. М. Буднікевич. 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 семінарських (практичних) занять, тестування, ІНДЗ. Загальна система оцінювання за навчальною дисципліною визначається розділом 8 Положення про порядок організації освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини – <i>види та критерії оцінювання відображені в робочій програмі з дисципліни.</i>
Підсумковий контроль	Екзамен. Порядок та організація контролю знань здобувачів вищої освіти, зокрема умови допуску до підсумкового контролю визначаються розділом 8 Положення про порядок організації освітнього процесу Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

Розробник



Гарматюк Олена Валентинівна