

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«МАРКЕТИНГ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ»**

Галузь знань: 24 Сфера обслуговування
 Спеціальність: 241 Готельно-ресторанна справа
 Освітня програма: Готельно-ресторанна справа
 Рівень вищої освіти: Перший (бакалаврський)
 Курс: 3
 Семестр: 6

Факультет	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
Кафедра	Кафедра маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
Викладач(-и)	ПІБ: Пачева Наталія Олександрівна Посада: доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом E-mail: nataliapacheva@udpu.edu.ua
Лінк на освітній контент дисципліни	https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/index.php?categoryid=156
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна обов'язкового компонента
Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години	4/120
Обсяг дисципліни (години) та види занять	Денна форма: лекції (30год.), практичні (30год.), самостійна робота (60год.)
	Заочна форма: лекції (8год.), практичні (8год.), самостійна робота (104год.)
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 готельно-ресторанного господарства. Особливості впровадження комплексу маркетингу на підприємствах готельно-ресторанного господарства. 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 в готельно-ресторанному господарстві 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. Розробляти нові послуги (продукцію), використовуючи сучасні технології виробництва та обслуговування споживачів. Виконувати самостійно завдання, розв'язувати задачі і проблеми, застосовувати їх в різних професійних ситуаціях та відповідати за результати своєї діяльності.
Як можна використати набуті знання та уміння?	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. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо, реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і

	<p>громадянина в Україні.</p> <p>Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>Здатність працювати в команді.</p> <p>Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>Здатність організовувати сервісно-виробничий процес з урахуванням вимог і потреб споживачів та забезпечувати його ефективність.</p> <p>Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні й внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії.</p> <p>Здатність управляти підприємством, приймати рішення у господарській діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.</p> <p>Здатність проектувати технологічний процес виробництва продукції і послуг та сервісний процес реалізації основних і додаткових послуг у підприємствах (зкладах) готельно-ресторанного та рекреаційного господарства.</p> <p>Здатність розробляти нові послуги (продукцію) з використанням інноваційних технологій виробництва та обслуговування споживачів.</p> <p>Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання готельних та ресторанних послуг для різних сегментів споживачів.</p> <p>Здатність здійснювати підбір технологічного устаткування та обладнання, вирішувати питання раціонального використання просторових та матеріальних ресурсів.</p> <p>Здатність працювати з технічною, економічною, технологічною та іншою документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом готельного й ресторанного бізнесу.</p> <p>Здатність виявляти, визначати й оцінювати ознаки, властивості і показники якості продукції та послуг, що впливають на рівень забезпечення вимог споживачів у сфері гостинності.</p> <p>Здатність ініціювати концепцію розвитку бізнесу, формулювати бізнес-ідею розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.</p> <p>Здатність здійснювати планування, управління і контроль діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.</p>
Зміст дисципліни	<p>Сутність маркетингу, його сучасна концепція. Принципи та функції маркетингу сфери обслуговування. Комплекс маркетингу на підприємствах готельно-ресторанного господарства. Вплив маркетингового середовища на діяльність підприємств готельно-ресторанного господарства. Аналіз поведінки споживача. Сегментація ринку. Маркетингова товарна політика. Маркетингова цінова політика підприємств готельно-ресторанного господарства. Маркетингова політика просування. Маркетинговий контроль. План маркетингу.</p>
Обов'язкові завдання	<p>Планується виконання здобувачами вищої освіти обов'язкових та додаткових декількох видів завдань: підготовка доповідей за заданою проблематикою 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).</p>
Міждисциплінарні зв'язки	<p>Комунікативний менеджмент, Самоменеджмент, Менеджмент у готельно-ресторанному господарстві. Організація готельного господарства. Організація ресторанного господарства.</p>
Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Агеев Є. Я. Практикум з маркетингу (збірник текстів, задач та завдань) : навч. посібник : рек. МОН України. Львів : "Новий світ-2000", 2018. 493 с. 2. Іванова Л. О. Маркетинг послуг: навч. посіб. Львів : Магнолія 2006, 2021. 507 с. 3. Забуранна Л. В. Маркетингові комунікації туристичних підприємств: сучасна теорія і практика: навч. посіб. К. : Ліра-К, 2016. 151 с. 4. Маркетинг і логістика: концептуальні основи та стратегічні рішення: у схемах і таблицях: навч. посіб./ С. В. Смерічевська, М. В. Жаболенко, С. В. Чернишова. Львів : Магнолія, 2023. 546 с. 5. Маркетинг у галузях і сферах діяльності: навч. посіб./ К. : Центр учбової літератури, 2017. 535 с. 6. Мальченко В. М. Маркетинг послуг : навч. посібник : рек. МОН України. Київ : КНЕУ, 2006. 358 с. 7. Маркетинг у галузях і сферах діяльності : навч. посібник : рек. МОНмолодьспорту України для студ. ВНЗ / [за ред. Буднікевич І. М.]. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 535с.

	<p>8.Палеха Ю. І. Маркетинг інформаційних продуктів і послуг: навч. посіб./ К. : Ліра-К, 2016. 478 с.</p> <p>9. Парсяк В. Н. Маркетинг: сучасна концепція та технології : підручник : [затв. МОН України]. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. 324с.</p> <p>10. Федорченко, А. В. Бенчмаркінг : навч. посіб. Одеса : ОЛДІ-ПЛЮС, 2023. 471 с.</p> <p>11. Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку : монографія / за заг. ред. С. М. Ілляшенка. Суми : Університетська книга, 2023. 727 с.</p>
Поточний контроль	<p>Виконання завдань семінарських (практичних) занять, тестування, ІНДЗ.</p> <p>Загальна система оцінювання за навчальною дисципліною визначається розділом 7 Положення про організацію освітнього процесу Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.</p>
Підсумковий контроль	<p>Екзамен.</p> <p>Порядок та організація контролю знань здобувачів вищої освіти, зокрема умови допуску до підсумкового контролю визначаються розділом 7 Положення про організацію освітнього процесу Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.</p>

Розробник



Наталія ПАЧЕВА