

Назва дисципліни	« <i>Маркетингові дослідження</i> »
Інформація про факультети (навчально-наукові інститути) і курси навчання, студентам яких пропонується вивчати цю дисципліну	факультет МЕН і ТБ. Цільова аудиторія – студенти 3–4 курсів.
Контактні дані розробників робочої програми навчальної дисципліни, науково-педагогічних працівників, залучених до викладання	Кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туристичного бізнесу та країнознавства Євтушенко О.В. 61022, Харків, майдан Свободи, 6, північний корпус, 3 поверх, каб. 366; тел. (057) 707-53-06. електронна адреса кафедри: turbiz@karazin.ua).
Попередні умови для вивчення дисципліни	Вивчення дисципліни передбачає попереднє засвоєння кредитів з таких дисциплін, як: «Основи наукових досліджень», «Сфера послуг», «Економічна теорія», «Маркетинг в ГРГ»
Опис	Мета дисципліни. глибоке засвоєння студентами основних напрямів практичної маркетингової діяльності на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу, опануванні ними сучасних методик проведення маркетингових досліджень, що застосовуються, аналізу маркетингового середовища, розробки ефективної продуктової, цінової, збутової та комунікаційної політики підприємствах готельно-ресторанного бізнесу. Очікувані результати навчання. студенти повинні досягти таких результатів навчання: отримати комплекс компетенцій, що дозволять: • кваліфіковано і продуктивно проводити при виконанні своїх професійних обов'язків комплексні маркетингові дослідження, • діагностувати стан маркетингового середовища підприємств готельно-ресторанного бізнесу та тенденції розвитку ринку, • аналізувати і розробляти оптимальний маркетинговий комплекс підприємств готельно-ресторанного бізнесу з метою задоволення потреб споживачів ефективнішим, ніж конкуренти способом. Теми аудиторних занять та самостійної роботи Заплановано 8 (вісім) тем, які вивчаються протягом 36 годин аудиторних занять (18 год. – лекції, 18 год. – семінарські (практичні) заняття). <i>Тема № 1. . Суть та зміст маркетингу (Лекцій – 2 год., Сем. – 2 год.)</i> <i>Тема № 2. Технологія маркетингових досліджень (Лекцій – 2 год., Сем. – 2 год.).</i> <i>Тема № 3. Дослідження маркетингового середовища підприємств готельного та ресторанного бізнесу (Лекцій – 2 год., Сем. – 2 год.)</i>

	<i>Тема № 4. Маркетингові дослідження ринку готельного і ресторанного господарства</i> <i>(Лекцій – 2 год., Сем. – 2 год.)</i> <i>Тема № 5. Маркетингові дослідження ресторанного та готельного продуктів.</i><i>(Лекцій – 2 год., Сем. – 2 год.)</i> <i>Тема № 6. Маркетингове дослідження конкурентів.</i> <i>(Лекцій – 2 год., Сем. – 2 год.)</i> <i>Тема № 7. Маркетингове дослідження споживачів ресторанних та готельних послуг.</i> <i>(Лекцій – 2 год., Сем. – 2 год.)</i> <i>Тема № 8. Система маркетингових комунікацій як елемент комплексу маркетингу.</i> <i>(Лекцій – 4 год., Сем. – 4 год.)</i> Методи контролю результатів навчання поточний контроль здійснюється у формі усних відповідей на семінарських заняттях; письмового експрес-контролю; тестових завдання; виконання творчих завдань; розв’язування ситуаційних задач; виконання індивідуальної семестрової роботи. Підсумковий контроль – у формі написання та захисту контрольної роботи та складання екзамену. Мова викладання. українська
--	--