

Назва дисципліни	«Маркетинг готельного і ресторанного господарства»
Інформація про факультети (навчально-наукові інститути) і курси навчання, студентам яких пропонується вивчати цю дисципліну	факультет МЕН і ТБ. Цільова аудиторія – студенти 3 курсів.
Контактні дані розробників робочої програми навчальної дисципліни, науково-педагогічних працівників, залучених до викладання	доцент кафедри туристичного бізнесу та країнознавства к.е.н., доцент Данько Н.І. (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», «Вступ до гостинності», «Сфера послуг», «Економічна теорія»
Опис	<p>Мета дисципліни. є засвоєння студентами обсягу знань, необхідних у подальшій професійній діяльності; опанування ними теоретичних основ маркетингу готельного і ресторанного господарства, сучасних методик та галузевих вимог до проведення маркетингових досліджень, розробки стратегічного плану маркетингової діяльності закладів готельно-ресторанного господарства на базі вивчення законодавчих документів, нормативної, спеціальної, довідкової літератури та ресурсів всесвітньої інформаційної мережі.</p> <p>Очікувані результати навчання. у результаті вивчення навчальної дисципліни студенти (слухачі) мають вивчити основи методичного інструментарію маркетингу, отримують навички творчого критичного підходу до оцінки викладених у спеціальній методичній літературі точок зору щодо маркетингу, діючого механізму реалізації маркетингу на підприємствах готельного і ресторанного господарства та розроблення обґрунтованих пропозицій щодо його удосконалення; отримання навичок впровадження і використання маркетингу в практиці діяльності підприємств на ринках індустрії гостинності; навчитись конкретним прийомам поведінки та активної маркетингової діяльності в умовах динамічного маркетингового середовища</p> <p>Теми аудиторних занять та самостійної роботи Заплановано 12 (дванадцять) тем, які вивчаються протягом 64 годин аудиторних занять (32 год. – лекції, 32 год. – семінарські (практичні) заняття).</p> <p><i>Тема № 1. Концепція маркетингу в індустрії гостинності (Лекцій – 4 год. Сем. – 4 год.)</i></p> <p><i>Тема № 2. Маркетингове середовище його вплив на діяльність закладів готельно-ресторанного господарства (Лекцій – 4 год., Сем. – 4 год.)</i></p> <p><i>Тема № 3. Маркетингові дослідження – основа визначення ринкових можливостей готелів та ресторанів (Лекцій – 4 год., Сем. – 4 год.)</i></p>

Тема № 4. Маркетингові дослідження ринку готельного і ресторанного господарства (Лекцій – 2 год., Сем. – 2 год.)

Тема № 5. Маркетингові дослідження конкурентів (Лекцій – 2 год., Сем. – 2 год.)

Тема № 6. Методологічні основи маркетингових досліджень споживачів (Лекцій – 2 год., Сем. – 2 год.)

Тема № 7. Сегментація ринку (Лекцій – 2 год. Сем. – 2 год.)

Тема № 8. Маркетингова продуктова політика (Лекцій – 4 год., Сем. – 4 год.)

Тема № 9. Цінова політика закладів готельно-ресторанного господарства (Лекцій – 2 год., Сем. – 2 год.)

Тема № 10. Збутова політика закладів готельно-ресторанного господарства (Лекцій – 4 год., Сем. – 2 год.)

Тема № 11. Маркетингова політика комунікацій закладів готельно-ресторанного господарства (Лекцій – 2 год., Сем. – 2 год.)

Тема № 12. Організація та контроль маркетингової діяльності (Лекцій – 2 год., Сем. – 2 год.)

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 іспиту.

Мова викладання. українська