

СИЛЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Маркетинг готельного і ресторанного господарства»

Галузь знань		24 «Сфера послуг»	Освітній рівень	Перший (бакалаврський)		
Освітньо-професійні програми		«Готельно-ресторанна справа»	Тип дисципліни	обов'язкова		
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять			
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Самостійна підготовка
	4	120	32/14	-	32	56/106

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Для вивчення дисципліни здобувач має володіти знаннями та навичками з:

Онлайн курси, які можуть бути корисними для попереднього вивчення та в процесі набуття компетентностей за неформальною освітою
 Coursera (<https://ru.coursera.org/learn/strategic-business-management-microeconomics>)

Мета курсу: 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. Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у здобувачів вищої освіти компетентностей та програмних результатів навчання відповідно до ОПП

Компетентності, в тому числі відповідно до освітньо-професійної програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетентності (СК)
ЗК 3. Здатність до пошуку, опрацювання та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 6. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК 7. Здатність до вироблення нових ідей (креативність).	ФК 1. Здатність володіти базовими поняттями, основами теорії і практики фахової підготовки, вміння їх застосовувати. ФК 2. Здатність організувати сервісно-виробничий процес з урахуванням вимог і потреб споживачів та забезпечувати його ефективність. ФК 5. Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії (робота в команді). ФК 9. Здатність розробляти нові послуги (продукцію) з використанням інноваційних технологій виробництва та обслуговування споживачів. ФК 12. Здатність оцінювати та забезпечувати якість продукції та послуг на підприємствах сфери гостинності. ФК 13. Здатність розуміти економічні процеси та здійснювати планування, управління і контроль діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу. ФК 14. Здатність аналізувати тенденції розвитку індустрії гостинності та рекреаційного господарства. ФК 15. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

Результати навчання (програмні результати навчання – ПРН)

ПРН4 Показати володіння навиками використання сучасного програмного забезпечення, Internet-ресурсів і роботи в комп'ютерних мережах, володіння основними методами, способами і засобами отримання, зберігання та переробки і використання інформації у професійній діяльності. для спілкування у професійній та соціально-культурній сферах.

ПРН5 Показати володіння усною та письмовою діловою комунікацією іноземною мовою для спілкування у професійній та соціально-культурній сферах,

володіння фаховою термінологією іноземними мовами.

ПРН6 Демонструвати володіння усною та письмовою діловою комунікацією державною мовою

ПРН7 Показати здатність розуміти та поважати представників інших культур, ефективно застосовуючи комунікаційні концепції.

ПРН9 Показати застосування інноваційних підходів до організації готельно-ресторанного бізнесу.

ПРН16 Показати уміння користуватись різними автоматизованими системами у роботі підприємств (закладів) готельного та ресторанного господарства, санаторно-курортних закладів.

ПРН22 Демонструвати знання й уміння застосовувати правила створення та функціонування системи контролю якості продукції на підприємстві.

ПРН24 Показати уміння здійснювати планування потреби у ресурсах (матеріальних, фінансових, трудових) у підприємствах (закладах) готельного та ресторанного господарств, санаторно-курортних закладах.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема	Вид заняття	Розподіл балів	Форми та методи навчання (форми робіт, за які здобувач отримує бали)
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ			
Тема 1. Концепція маркетингу в індустрії гостинності	Лекція 1	-	Лекція-візуалізація (Power Point)
	Практичнезаняття 1	2	Дискусія
	Лекція 2	-	Лекція-візуалізація (Power Point)
	Практичнезаняття 2	2	Робота над літературними джерелами, групова дискусія
Тема 2. Маркетингове середовище його вплив на діяльність закладів готельно-ресторанного господарства	Лекція 3	-	Лекція-візуалізація (Power Point), тренінгові завдання
	Практичне заняття 3	2	Робота над літературними джерелами, опитування
	Лекція 4	-	Лекція-візуалізація (Power Point)
	Практичне заняття 4	2	Дискусія, тестування
РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ			
Тема 3. Маркетингові дослідження – основа визначення ринкових можливостей готелів та ресторанів	Лекція 5	-	Лекція-візуалізація (Power Point)
	Практичнезаняття 5	2	Розв'язання задач, розгляд case-study
	Лекція 6	-	Лекція-візуалізація (Power Point), тренінгові завдання
	Практичнезаняття 6	2	Розв'язання задач, розгляд case-study
Тема 4. Маркетингові дослідження ринку готельного і ресторанного господарства	Лекція 7	-	Лекція-візуалізація (Power Point)
	Практичнезаняття 7	4	Розв'язання задач, розгляд case-study
Тема 5. Маркетингові дослідження конкурентів	Лекція 8	-	Лекція-візуалізація (Power Point)
	Практичнезаняття 8	4	Розв'язання задач, розгляд case-study
Тема 6. Методологічні основи маркетингових досліджень споживачів	Лекція 9	-	Лекція-візуалізація (Power Point), робота з науковими працями
	Практичнезаняття 9	4	Розв'язання задач, розгляд case-study
Тема 7. Сегментація ринку	Лекція 10	-	Лекція-візуалізація (Power Point), робота з науковими працями
	Практичнезаняття 10	4	Розв'язання задач, розгляд case-study, тестування
РОЗДІЛ 3. КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГУ: СУТНІСТЬ ТА ЗМІСТ			
Тема 8. Маркетингова продуктова політика	Лекція 11	-	Лекція-візуалізація (Power Point)

	Практичнезаняття 11	2	Розв'язання задач, розгляд case-study
	Лекція 12	-	Лекція-візуалізація (Power Point)
	Практичнезаняття 12	2	Розв'язання задач, розгляд case-study
Тема 9. Цінова політика закладів готельно-ресторанного господарства	Лекція 13	-	Лекція-візуалізація (Power Point), робота з науковими працями
	Практичнезаняття 13	4	Розв'язання задач, розгляд case-study
Тема 10. Збутова політика закладів готельно-ресторанного господарства	Лекція 14	-	Лекція-візуалізація (Power Point), робота з науковими працями
	Практичнезаняття 14	4	Розв'язання задач, розгляд case-study
Тема 11. Маркетингова політика комунікацій закладів готельно-ресторанного господарства	Лекція 14	-	Лекція-візуалізація (Power Point), робота з науковими працями
	Практичнезаняття 14	4	Презентація проекту просування ресторану
Тема 12. Психологія маркетингу	Лекція 14	-	Лекція-візуалізація (Power Point), робота з науковими працями
	Практичнезаняття 14	4	Розв'язання задач, розгляд case-study, тестування
Контрольна робота		12	
Разом за роботу у семестрі		60	
Підсумковий контроль знань (два теоретичних питання та задача)		40	Екзамен
Додаткові бали в рамках неформальної освіти		до 10	Участь у наукових конференціях, підготовка наукових публікацій, проектна робота тощо.

СИСТЕМА ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ І КОНТРОЛЮ (дистанційний курс) і <https://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=2267>

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Актуальні журнали для поглибленого вивчення дисципліни

- 1) Міжнародний туризм <https://intour.com.ua/>
- 2) Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації <http://restaurant-hotel.knukim.edu.ua/>
- 3) Сайт Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC) <http://www.wttc.org/>
- 4) Сайт з питань ресторанного бізнесу - <http://www.restcon.ru/>

1. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу : навч. посіб. Київ : Діалектика, 2020. 880 с.
2. Данько Н.І. Маркетинг готельного і ресторанного господарства : Дистанційний курс. Навчально-методична праця. Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2020-2021. Режим доступу: <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=2127>.
3. Данько Н.І., Євтушенко О.В. Маркетинг у туризмі та готельно-ресторанному бізнесі: навчальний посібник., Х: Видавництво ХНУ імені В.Н. Каразіна., 2018. 165 с.
5. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм : учеб. для вузов / Ф. Котлер; пер. с англ.; под ред. Р.Б. Ноздровой. - М.: ЮНИТИ, 2008.787 с.
6. Мозер К. Психология маркетинга и рекламы / Пер. с нем. -Х.: Изд-во Гуманитарный Центр, 2004. 380 с.
7. Тимошенко З. І. Маркетинг готельно-ресторанного бізнесу: навч. посібн. / З. І. Тимошенко, Г. Б. Мунін, В. П. Дишлевий. - К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2007. 246 с.
8. Світвуд А. Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними. Київ : Наш формат, 2019. 152 с.
9. Adele Sweetwood, Thomas H. Davenport The Analytical Marketer: How to Transform Your Marketing Organization : Harvard Business Press Books, 2016. 208 p.

ПОЛІТИКА КУРСУ («ПРАВИЛА ГРИ»)

- Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.
- Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу. Перескладання іспиту відбувається за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- Самостійна робота включає в себе: підготовку індивідуального проєкту та / або проєкту в команді з трьох осіб.
- Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.
- Якщо студент відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації.
- Здобувачі вищої освіти мають слідувати принципам академічної доброчесності. У разі виявлення факту плагіату у виконаних роботах здобувач отримує за завдання 0 балів.
- Курс передбачає роботу в команді (до 3-х осіб).
- Передбачено перезарахування результатів навчання, отриманих у неформальній освіті. Для зарахування теми або частини теми здобувач надає відповідний сертифікат, де зазначені результати навчання та обсяг курсу (модуля) у годинах (кредитах ЄКТС). Передбачається зарахування результатів навчання у разі, якщо здобувач вищої освіти прослухав аналогічний курс (або його частину) у будь-якому університеті України або Європи, був учасником міжнародних проєктів Жан-Моне модуль, К1, у межах якого вивчалась така ж дисципліна (його частина), або слухачем такого ж дистанційного курсу на платформі «Prometheus», Coursera та інших, і при цьому має підтвердження – сертифікат про результати навчання (оцінку).

КРИТЕРІЙ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Методи	Критерії оцінювання	Система оцінювання, бали
Тестування онлайн до кожного розділу	виставляється здобувачу вищої освіти за одне тестове питання у випадку правильної відповіді. За кожною темою, де передбачено тестування, пропонується 10 тестових питань закритого типу та з декількома варіантами відповідей.	0,2
Робота над задачами, індивідуальними завданнями, розв'язання задач, розгляд case-study	виставляється здобувачу вищої освіти, який при усній або письмовій відповіді на запитання продемонстрував всебічні, систематизовані, глибокі знання програмного матеріалу, вміє грамотно інтерпретувати одержані результати; продемонстрував знання фахової літератури, передбачені на рівні творчого використання	2
	виставляється здобувачу вищої освіти, який при усній або письмовій відповіді на запитання продемонстрував повне знання програмного матеріалу, передбачене на рівні аналогічного відтворення, але припустився окремих несуттєвих помилок	1
Дискусії, групові обговорення	виставляється здобувачу вищої освіти, який досяг цілей завдання, виконав ефективно роль ділової гри тощо, продемонстрував здатність застосовувати знання на практиці, обґрунтовувати власну думку	2
	виставляється здобувачу вищої освіти, який частково досяг цілей завдання, виконав роль ділової гри тощо, продемонстрував здатність застосовувати знання на практиці, обґрунтовувати власну думку, проте припускався певних помилок	1
Презентація проєкту просування ресторану	виставляється здобувачу вищої освіти, який при усній та письмовій презентації проєкту продемонстрував всебічні, систематизовані, глибокі знання програмного матеріалу, вміє грамотно інтерпретувати одержані результати; продемонстрував знання фахової літератури, передбачені на рівні творчого використання	4-3
	виставляється здобувачу вищої освіти, який при усній та письмовій презентації проєкту продемонстрував повне знання програмного матеріалу, передбачене на рівні аналогічного відтворення, але припустився окремих несуттєвих помилок	2
	виставляється здобувачу вищої освіти, який при усній або письмовій презентації проєкту продемонстрував недостатні знання основного програмного матеріалу, проте в обсязі, що необхідний для подальшого навчання і роботи, передбачених програмою на рівні репродуктивного відтворення	1

Самостійна робота

<ol style="list-style-type: none"> 1) Підготовка до практичних занять (вивчення теоретичного матеріалу) 2) Вивчення актуальної літератури за фаховими запропонованими журналами (обговорення в аудиторії в контексті вивчення теми). 3) Підготовка анкети, проведення опитування. 4) Підготовка наукового дослідження в команді для захисту. 5) Підготовка контрольної роботи 6) Підготовка до екзамену 	<p>12 годин / 23 години 7 годин / 20 один 5 годин / 12 годин 7 годин / 15 годин 15 годин / 21 година 10 годин / 15 годин 56 годин / 106 годин</p>
---	--