

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІАКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Навчально-науковий інститут денної освіти

Кафедра маркетингу

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

«Маркетинг у сфері гостинності»

на 2022-2023 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	IV курс, 2 семестр
Освітня програма/спеціалізація	–
Спеціальність	–
Галузь знань	–
Ступінь вищої освіти	Бакалавр

ПІБ НПП, який веде дану дисципліну,
науковий ступінь і вчене звання,
посада

Трайно Вікторія Миколаївна
к.е.н.,
доцент кафедри маркетингу

Контактний телефон	+38-066-10-46-215
Електронна адреса	trayno555@ukr.net
Розклад навчальних занять	http://schedule.puet.edu.ua/
Консультації	он-лайн: електронною поштою, пн-пт з 10.00-17.00
Сторінка дистанційного курсу	https://el.puet.edu.ua/

Опис навчальної дисципліни

Мета вивчення навчальної дисципліни	Мета дисципліни — надати студентам теоретичні знання, практичні навички та уміння з маркетингу в сфері гостинності, навчити прийомам використання надбаних знань та навичок за сучасних умов маркетингової діяльності підприємств сфери гостинності.
Тривалість	5 кредитів ЄКТС/150 годин (лекції 20 год., практичні заняття 40 год., самостійна робота 90 год.)
Форми та методи навчання	Лекції та практичні заняття в аудиторії (демонстрування, пояснення, бесіда, модерація, методи наративів, кейсів, скрайбінгу, вебквесту), самостійна робота поза розкладом.
Система поточного та підсумкового контролю	Поточний контроль: відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; тестування; поточні модульні роботи. Підсумковий контроль: залік (ПМК).
Базові знання	Наявність широких знань із основ економічних та маркетингових дисциплін.
Мова викладання	Українська

Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
• Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.	• Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. • Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. • Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. • Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. • Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
	• Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Модуль 1: <i>Основні концептуальні положення маркетингу готельно-ресторанного господарства</i>		
Тема 1. Концепція маркетингу в індустрії гостинності	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Соціально-економічна сутність маркетингу. Концепції, функції та принципи маркетингу. Сутність готельно-ресторанних послуг. Особливості послуг. Специфічні особливості готельно-ресторанних послуг.
Тема 2. Маркетингове середовище, його вплив на діяльність закладів готельно-ресторанного господарства. Сегментація ринку	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань	Сегментація ринку як інструмент маркетингу: поняття, визначення, категорії. Ознаки сегментації ринку готельного і ресторанного господарства.
Тема 3. Маркетингові дослідження - основа визначення ринкових можливостей готелів та ресторанів	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань	Дослідження конкурентного середовища закладів готельно-ресторанного господарства
Тема 4 Маркетингові дослідження ринку готельного і ресторанного господарства, конкурентів, споживачів	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань	Ринок як економічна основа маркетингу індустрії гостинності. Класифікація ринків готелів та ресторанів
Модуль 2: <i>Маркетинговий інструментарій закладів готельно-ресторанного господарства</i>		
Тема 5. Маркетингова продуктова політика	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Сутність продуктової політики закладів індустрії гостинності. Процес розробки та впровадження на ринок нової продукції. Концепція життєвого циклу продукту. Товарні стратегії у сфері готельно-ресторанних послуг.
Тема 6. Цінова політика закладів готельно-ресторанного господарства	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Сутність цінової політики закладів готельно-ресторанного господарства. Фактори, що визначають ефективність цінової політики індустрії гостинності.
Тема 7. Збутова політика закладів готельно-ресторанного господарства	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Канал розподілу, його особливості в сфері готельно-ресторанного господарства. Вибір каналу розподілу закладами готельно-ресторанного господарства.
Тема 8. Маркетингова політика комунікацій закладів готельно-ресторанного господарства	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Сутність маркетингової політики комунікацій готелів і ресторанів. Елементи комплексу маркетингових комунікацій у сфері готельно-ресторанного господарства.
Тема 9. Організація та контроль маркетингової діяльності закладів готельно-ресторанного господарства	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Організація маркетингової діяльності у закладах готельно-ресторанного господарства.. Система контролю маркетингової діяльності закладів готельного і ресторанного господарства

Інформаційні джерела

1. Балабанова Л. В. Паблік рилейшнз : навч. посібн. / Л. В. Балабанова, К. В. Савельєва. – К. : ВД "Професіонал", 2008. – 528 с.
2. Біловодська О.А. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб./ О.А. Біловодська. – К.: Знання, 2015 – 332 с.
3. Маркетингова цінова політика. Навч. посібник з грифом МОНМС України. [Ларіна Я.С., Барилевич О.М., Гальчинська Ю.М., Рафальська В.А., Бабічева О.І., Рябчик А.В. та ін.].– Харків.: Діса-плюс, 2016. - 208 с.
4. Решетілова О.М., Трофимчук А.В. Особливості використання паблік рилейшнз в інформаційно-комунікаційному просторі / О.М. Решетілова, А.В. Трофимчук // Вчені записки кафедри документознавства та інформаційної діяльності (КДІД) НМетАУ: зб. наук. праць. Вип. 3 / ред. кол.: О. В. Михайлюк (голова ред. кол.) та ін. – Д.: НМетАУ, 2021. – 180 с.
5. Степанов В. В. Особливості використання паблік рилейшнз у професійному футболі: кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра: спец. 017 «Фізична культура і спорт», освітньою програмою «Менеджмент у спорті» / Владислав В'ячеславович Степанов. - Київ; НУФВСУ, 2021. – 108 с.
6. Страшинська Л.В. Маркетинг готельного і ресторанного господарства / Л.В. Страшинська. К.: НУХТ, 2011. 89 с.
7. Тимошенко З.І. Маркетинг готельного продукту / З.І. Тимошенко, Г.Б. Мунін, В.П. Дишлевий. Режим доступу: <http://tourism-book.com/pbooks/book-37/ua/>.
8. Трайно В. М. Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни «Маркетинг готельного і ресторанного господарства» для студентів напряму підготовки 6.140101 «Готельно-ресторанна справа» / В. М. Трайно. – Полтава : ПУЕТ, 2017. – 181 с. http://elib.puet.edu.ua/action.php?kt_path_info=lm.web.view&fDocumentId=812702

Програмне забезпечення навчальної дисципліни

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office.

Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

- Політика щодо термінів виконання та перескладання: завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Перескладання модулів відбувається із дозволу провідного викладача за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- Політика щодо академічної доброчесності: студенти мають свідомо дотримуватися «Положення про академічну доброчесність» (http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya_pro_akademichnu_dobrochesnist_2020.pdf); списування під час виконання поточних модульних робіт та тестування заборонено (в т. ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття.
- Політика щодо відвідування: відвідування занять є обов'язковим компонентом. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі (Moodle) за погодженням із провідним викладачем.
- Політика зарахування результатів неформальної освіти: <http://puet.edu.ua/uk/neformalna-osvita>; Положення про зарахування результатів неформальної освіти

Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-4): відвідування занять (4 бали); захист домашнього завдання (4 бали); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (4 балів); завдання самостійної роботи (6 балів); тестування (2 бали); поточна модульна робота (6 балів)	50
Модуль 2 (теми 5-9): відвідування занять (4 бали); захист домашнього завдання (4 бали); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (4 балів); завдання самостійної роботи (6 балів); тестування (2 бали); поточна модульна робота (6 балів)	50
Разом	100

Шкала оцінювання здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Дуже добре
74-81	C	Добре
64-73	D	Задовільно
60-63	E	Задовільно достатньо
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни