

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІАКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Навчально-науковий інститут денної освіти

Кафедра маркетингу

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

«Маркетинг у сфері гостинності»

на 2023-2024 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	2 курс
Освітня програма/спеціалізація	«Маркетинг»
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти	Молодший 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 готельно-ресторанних та туристичних послуг, 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, 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
<p>ПР05. Вміти виявляти розуміння сутності та особливостей застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>ПР06. Дотримуватися правил безпеки та екологічних стандартів в процесі маркетингової діяльності.</p> <p>ПР11. Використовувати методи маркетингового аналізу та інтерпретувати його результати в процесі вирішення найпростіших маркетингових завдань з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p>	<p>ЗК07. Здатність застосовувати знання на відповідному практичному рівні.</p> <p>ЗК11. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня.</p> <p>ЗК12. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p>СК03. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК04. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК12. Здатність пропонувати шляхи вдосконалення функціональних завдань у сфері маркетингу.</p>

Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Модуль 1: Основні концептуальні положення маркетингу у сфері гостинності		
Тема 1. Концепція маркетингу в сфері гостинності	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Охарактеризуйте сферу гостинності Полтавської області
Тема 2. Маркетингове середовище, його вплив на діяльність закладів сфери гостинності.	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань	Проаналізуйте фактори маркетингового середовища, які впливають на діяльність підприємства сфери гостинності м. Полтава (за вибором студента)
Тема 3. Готельно-ресторанні послуги	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань	Проаналізуйте ринок готельно-ресторанного господарства Полтавської області
Тема 4. Туристичні послуги	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань	Проаналізуйте ринок туроператорських та турагентських послуг Полтавської області
Модуль 2: Маркетинговий інструментарій закладів сфери гостинності		
Тема 5. Маркетингова продуктова політика	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Оберіть підприємство сфери гостинності м. Полтава. Опишіть його маркетингову продуктову політику.
Тема 6. Цінова політика закладів сфери гостинності	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Оберіть підприємство сфери гостинності м. Полтава. Опишіть його цінову політику.
Тема 7. Збутова політика закладів сфери гостинності	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Оберіть підприємство сфери гостинності м. Полтава. Опишіть його маркетингову збутову політику.
Тема 8. Маркетингова політика комунікацій закладів сфери гостинності	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Оберіть підприємство сфери гостинності м. Полтава. Опишіть його маркетингову комунікаційну політику.

Інформаційні джерела

- Карпенко Н. В. Управління маркетингом на підприємствах малого та середнього бізнесу : монографія / Н. В. Карпенко. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. – 363 с. Режим доступу: http://elib.puet.edu.ua/action.php?kt_path_info=lm.web.view&fDocumentId=252889
- Карпова С.В. Маркетинг в галузях і сферах діяльності / С.В. Карпова, 2018. Режим доступу: https://stud.com.ua/170606/marketing/marketing_v_galuzyah_i_sferah_diyalnosti
- Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм / Филипп Котлер, Джон Боуэн, Джеймс Мейкенз. – М. : Юнити-Дана, 2016. – 1071 с.
- Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст [Текст] : монографія / за заг. ред. Н. В. Карпенко. – Київ : Центр учб. л-ри, 2016. – 252 с. Режим доступу : <http://dSPACE.puet.edu.ua/handle/123456789/6730>
- Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст. Частина 2 : колективна монографія / за науковою редакцією Н. В. Карпенко - Полтава : ПУЕТ, 2021. - 344 с. Режим доступу : http://dSPACE.puet.edu.ua/bitstream/123456789/12252/1/Marketingova%20dialnist%20pidpriemstv_Monografia_Karpenko.pdf
- Трайно В. М. Маркетингове управління споживачами послуг : монографія / В. І. Перебийніс, В. М. Трайно. – Полтава : ПУЕТ, 2015. – 323 с. Режим доступу : <http://dSPACE.puet.edu.ua/handle/123456789/4922>
- Тимошенко З.І. Маркетинг готельно-ресторанного бізнесу / З.І. Тимошенко, Г.Б. Мунін, В.П. Дишлевий. Режим доступу: <http://tourism-book.com/pbooks/book-37/ua/>.
- Трайно В. М. Використання засобів стимулювання продажу на підприємствах сфери послуг / В. М. Трайно // Науковий вісник Полтавського університету економіки та торгівлі. – 2020. – № 4 (100). – (Серія «Економічні науки»). DOI 10.37734/2409-6873-2020-4-8
<http://journal.puet.edu.ua/index.php/nven/article/view/1799>
- Трайно В. М. Засоби комунікацій на підприємствах ресторанного господарства / В. М. Трайно // Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст : збірник наукових праць за матеріалами Міжнародної науково-практичної конференції (м. Полтава, 28–29 травня 2015 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2015. – С. 35-38. Режим доступу : <http://dSPACE.puet.edu.ua/handle/123456789/5024>
- 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
- Трайно В. М. Розвиток маркетингового управління споживачами послуг підприємств ресторанного господарства / В. М. Трайно // Науковий вісник Полтавського університету економіки та торгівлі. – 2013. – № 1 (56). – С. 270-274. – (Серія «Економічні науки»). Режим доступу : <http://dSPACE.puet.edu.ua/handle/123456789/4921>

12. Трайно В. М. Система маркетингового управління споживачами послуг підприємств ресторанного господарства / В. М. Трайно // Науковий вісник Полтавського університету економіки та торгівлі. – 2011. – № 5 (50). – С. 255–259. – (Серія «Економічні науки»). Режим доступу : <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/4544>
13. Трайно В. М. Специфіка послуг об'єктів ресторанного господарства / В. М. Трайно // Науковий вісник Полтавського університету економіки та торгівлі. – 2010. – № 5 (44). – Ч. I. – С.149–155. – (Серія «Економічні науки»). Режим доступу : <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/4543>
14. Трайно В. М. Тенденції ринку послуг ресторанного господарства / В. М. Трайно // Економічний аналіз : зб. наук. пр. – Тернопіль : Економічна думка, 2010. – Вип. 5. – С. 360–364. Режим доступу : <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/4984>
15. Трайно В. М. Формування маркетингових стратегій управління споживачами послуг ресторанного господарства / В. М. Трайно // Науковий вісник Полтавського університету економіки та торгівлі. – 2011. – № 2 (47). – С. 163–168. – (Серія «Економічні науки»). Режим доступу : <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/4542>
16. Трайно В. М. Формування матриці привабливості клієнтів закладів ресторанного господарства / В. М. Трайно // Держава та регіони. – 2011. – № 4. – С. 206–208. – (Серія «Економіка та підприємництво»). Режим доступу : <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/4983>
17. Трайно В. М. Формування стратегій підприємств готельно-ресторанного господарства / В. М. Трайно // Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст : збірник наукових праць за матеріалами II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Полтава, 21–22 квітня 2016 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2016. – С. 99-101. Режим доступу : <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/5023>
18. Francis Buttle. Hospitality Marketing / Francis Buttle, David Bowie, Maureen Brookes, Anastasia Mariussen. - Routledge, 2016. – 434 p.

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: 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. http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya_pro_akademichnu_dobrochesnist_2020.pdf
- 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/sites/default/files/polozhennya_pro_zarahuvannya_rezultativ_neformalnoyi_osvity_0.pdf

• **Оцінювання**

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-4): відвідування занять (8 балів); захист домашнього завдання (8 балів); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (8 балів); завдання самостійної роботи (8 балів); тестування (4 бали); поточна модульна робота (10 балів)	50
Модуль 2 (теми 5-8): відвідування занять (8 балів); захист домашнього завдання (8 балів); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (8 балів); завдання самостійної роботи (8 балів); тестування (4 бали); поточна модульна робота (10 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