

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Навчально-науковий інститут денної освіти

Кафедра маркетингу

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

«Маркетингу сфері гостинності»

на 2023-2024 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	2 курс, 1 семестр
Освітня програма/спеціалізація	
Спеціальність	
Галузь знань	
Ступінь вищої освіти	молодший бакалавр / 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 вміння 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).
Мова викладання	Українська

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

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
• Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу (ПРЗ).	• Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу (ЗК03) • Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями (ЗК04) • Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності (ЗК06). • Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу (СК01). • Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі (СК03). • Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу (СК12).

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 : ПБВ 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
- 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

10. 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>
11. 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>
12. 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>
13. 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>
14. 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>
15. 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>
16. 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>
17. Francis Buttle. Hospitality Marketing / Francis Buttle, David Bowie, Maureen Brookes, Anastasia Mariussen. - Routledge, 2016. – 434 p.

Програмне забезпечення навчальної дисципліни

- Пакет програмних продуктів MicrosoftOffice.

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.
- 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://www.puet.edu.ua/uk/neformalna-osvita>
http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya_pro_zarahunannya_rezultativ_neformalnovi_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 ЕКТС	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
------	---	--