

**МЕЛІТОПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОГДАНА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО**

ФАКУЛЬТЕТ ІНФОРМАТИКИ, МАТЕМАТИКИ ТА ЕКОНОМІКИ

КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Назва освітнього компонента <i>Нормативний/вибірковий</i>	Маркетинг готельно-ресторанного господарства Нормативний
Ступінь освіти Бакалавр/магістр/доктор філософії Освітня програма	Бакалавр 241 Готельно-ресторанна справа Освітньо-професійна програма «Готельно-ресторанне господарство та туристичний бізнес»
Рік викладання/ Семестр/ Курс (рік навчання)	2023-2024 / 3,4 семестр / 2 курс
Науково-педагогічний працівник	Пилипенко К.А.
Профайл науково-педагогічного працівника	
Контактний тел.	
E-mail:	pylypenko_kateryny@msspu.edu.ua
Сторінка курсу в ЦОДТ МДПУ ім. Б.Хмельницького	https://dfn.mdpu.org.ua/course/view.php?id=4267
Консультації	<i>Онлайн-консультації: через систему ЦОДТ МДПУ ім. Богдана Хмельницького.</i>

1. АНОТАЦІЯ

Програму освітнього компоненту «**Маркетинг готельно-ресторанного господарства**» складено відповідно до освітньої програми «Готельно-ресторанне господарство та туристичний бізнес». Освітній компонент належить до циклу базових. Освітній компонент «**Маркетинг готельно-ресторанного господарства**» передбачає надання здобувачам вищої освіти цілісної та логічно-послідовної системи теоретичних знань і практичних навичок за основними напрямками маркетингової діяльності: дослідженням, комплексним аналізом та прогнозуванням ринку, розробкою стратегії маркетингу й інструментів її реалізації (товарної та цінової політики, політики розподілу, комунікативної політики, контролю маркетингової діяльності).

Актуальність вивчення освітнього компоненту «**Маркетинг готельно-ресторанного господарства**» зумовлена тим, що готельно-ресторанний бізнес є галуззю з високим рівнем конкуренції, що має за мету максимально задовольнити потреби споживачів, забезпечити високий рівень комфорту, задовольнити найрізноманітніші побутові, господарські і культурні запити клієнтів. З кожним роком вимоги до рівня цих послуг зростають. Чим вищі культура та якість обслуговування відвідувачів, тим вищий імідж готелю й ресторану, тим привабливіші вони для клієнтів.

Основним завданням фахівців, які працюють в сучасних готелях і ресторанах є створення і впровадження новітніх прийомів роботи, що забезпечуються колективними зусиллями працівників всіх служб, постійним і ефективним контролем, удосконаленням форм і методів обслуговування, вивченням і впровадженням передового досвіду, нової техніки і технології.

Готельно-ресторанна справа – це надання таких послуг, які б задовольнили, і, навіть перевершили очікування споживачів. Оскільки основна ціль маркетингу – задоволення потреб споживачів, роль і значимість цієї дисципліни зростає з року в рік.

Слід зазначити, що «**Маркетинг готельно-ресторанного господарства**» – один з освітніх компонентів, який має бути невід'ємною складовою сучасної бізнес-освіти фахівців готельного та ресторанного господарства. Місце його на перетині традиційних бізнес-дисциплін (менеджменту, логістики, основ фінансів, обліку, комерційної діяльності тощо) та інформаційних предметів (інформатики, комп'ютерних мереж і систем, систем управління базами даних, Web-програмування та ін.), а також соціології та психології. Методи маркетингу також міцно пов'язані з такими науками як: екологія, етика, дизайн, історія, філософія та ін.

Вивчення маркетингу готельного та ресторанного господарства відіграє важливу роль: сприяє формуванню у здобувачів цілісної системи знань про маркетинг, здобуттю практичних навичок проведення маркетингових досліджень, аналізу ринку, розробці стратегічних маркетингових планів, прийняття рішень в умовах постійних змін макро- і мікрооточення підприємств готельного і ресторанного господарства.

Контроль за видами діяльності здобувачів здійснюється шляхом поточного оцінювання знань, періодичним контролем за тестами після засвоєння ними окремо першого та другого модуля.

За результатами суми балів, набраних за два (**Модуль 1, Модуль 2**) періодичні контрольні точки, виставляється підсумкова оцінка за національною, 100-бальною шкалами і ECTS.

Предметом вивчення освітнього компоненту є економічні відносини в умовах ринку та спрямування виробничо-господарської діяльності підприємств готельного і ресторанного господарства на вивчення та задоволення потреб споживачів.

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ

Основна мета вивчення освітнього компоненту «Маркетинг готельно-ресторанного господарства» - засвоєння здобувачами вищої освіти 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.

Основними завданнями освітнього компонента «Маркетинг готельно-ресторанного господарства» є:

- ознайомити майбутніх фахівців з термінологією, понятійним апаратом маркетингу і забезпечити його засвоєння здобувачами;
- озброїти здобувачів системою знань у сфері теоретичних, методичних, інформаційних основ маркетингу; маркетингових досліджень; потреб та попиту; сегментації ринку і типології споживачів; товару, ціни, розповсюдження, комунікацій як елементів комплексу маркетингу;
- забезпечити засвоєння здобувачами методичного інструментарію маркетингу, оволодіння навичками 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;
- сформувати у здобувачів чітке уявлення про маркетинг як про концепцію внутрішньофірмового управління та цілісної системи організації підприємницької діяльності, спрямованої на вирішення завдань підприємств готельно-ресторанного господарства щодо організації виробництва і пропонування на ринку послуг, які якнайкраще задовольняють потреби активних і потенційних покупців;
- забезпечити вироблення вмінь та навичок впровадження і використання маркетингу в практиці діяльності підприємств на ринках індустрії гостинності;
- навчити конкретним прийомам поведінки та активної маркетингової діяльності в умовах динамічного маркетингового середовища;
- забезпечити зацікавленість здобувачів в активній навчальній та науково-дослідній роботі.

3. ПЕРЕЛІК КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ, ЯКІ НАБУВАЮТЬСЯ ПІД ЧАС ОПАНУВАННЯ ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ

1. Інтегральна компетентність:

Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми діяльності суб'єктів готельного, ресторанного та туристичного бізнесу, що передбачає застосування теорій та методів системи наук, які формують концепції гостинності та туристичної індустрії і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

2. Спеціальні (фахові) компетентності:

СК 04. Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності та туризму, навички взаємодії.

СК 07. Здатність розробляти нові послуги (продукцію) з використанням інноваційних технологій виробництва та обслуговування споживачів.

СК 08 Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання готельних, ресторанних та туристичних послуг для різних сегментів споживачів.

СК 09. Здатність здійснювати підбір технологічного устаткування та обладнання, вирішувати питання раціонального використання просторових та матеріальних ресурсів.

СК 10. Здатність працювати з технічною, економічною, технологічною та іншою документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом готельного, ресторанного та туристичного бізнесу.

СК 11. Здатність виявляти, визначати й оцінювати ознаки, властивості і показники якості продукції та послуг, що впливають на рівень забезпечення вимог споживачів у сфері гостинності та туристичної індустрії.

СК 13. Здатність здійснювати планування, управління і контроль діяльності суб'єктів готельного, ресторанного та туристичного бізнесу.

4. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

РН 02. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії готельної, ресторанної справи та туристичного бізнесу, організації обслуговування споживачів та діяльності суб'єктів ринку готельних, ресторанных та туристичних послуг, а також суміжних наук.

РН 04. Аналізувати сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності та туризму.

РН 05. Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єктів готельного, ресторанного та туристичного бізнесу.

РН 06. Аналізувати, інтерпретувати і моделювати на основі існуючих наукових концепцій сервісні, виробничі та організаційні процеси готельного, ресторанного та туристичного бізнесу.

РН 08. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами готельних, ресторанных та туристичних послуг.

РН 09. Здійснювати підбір технологічного устаткування та обладнання, вирішувати питання раціонального використання просторових та матеріальних ресурсів.

РН 10. Розробляти нові послуги (продукцію), використовуючи сучасні технології виробництва та обслуговування споживачів.

РН 13. Визначати та формувати організаційну структуру підрозділів, координувати їх діяльність, визначати їх завдання та штатний розклад, вимоги до кваліфікації персоналу.

РН 14. Організовувати роботу в закладах готельного, ресторанного та туристичного господарства, відповідно до вимог охорони праці та протипожежної безпеки.

РН 15. Розуміти економічні процеси та здійснювати планування, управління і контроль діяльності суб'єктів готельного, ресторанного та туристичного бізнесу.

РН 16. Виконувати самостійно завдання, розв'язувати задачі і проблеми, застосовувати їх в різних професійних ситуаціях та відповідати за результати своєї діяльності.

РН 17. Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань при організації ефективних комунікацій зі споживачами та суб'єктами готельного, ресторанного та туристичного бізнесу.

5. ОБСЯГ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ

Вид заняття	лекції	практичні заняття	самостійна робота
Кількість годин	62	62	146

6. ПОЛІТИКИ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ

Політика академічної поведінки та етики:

- Не пропускати та не запізнюватися на заняття за розкладом;
- Вчасно виконувати завдання семінарів та питань самостійної роботи;
- Вчасно та самостійно виконувати контрольні-модульні завдання;
- Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності: при використанні інтернет ресурсів та інших джерел інформації здобувач повинен вказати джерело, використане під час виконання завдання.

7. СТРУКТУРА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ
7.1 СТРУКТУРА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ (ЗАГАЛЬНА)

Кількість годин	Тема	Форма діяльності (заняття, кількість годин)	Література	Завдання	Вага оцінки	Термін виконання
МОДУЛЬ 1. МАРКЕТИНГ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА						
БЛОК 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ						
22	Тема 1. Основи маркетингової діяльності підприємства, основні елементи та види маркетингу	Лекція (6 год.) Практичне заняття (4 год.) Самостійна робота (10 год.)	Література: 1, 2, 3, 7, 10 Інформаційні ресурси: 1,2,3,4	Відповіді на питання, тестові завдання	5	впродовж першого навчального семестру (перший періодичний контроль)
20	Тема 2. Маркетингове середовище підприємства	Лекція (4 год.) Практичне заняття (4 год.) Самостійна робота (10 год.)	Література: 1, 2, 3, 7, 10 Інформаційні ресурси: 1,2,3,4	Відповіді на питання, розв'язання задач	5	впродовж першого навчального семестру (перший періодичний контроль)
20	Тема 3. Сутність та специфіка маркетингу послуг	Лекція (6 год.) Практичне заняття (4 год.) Самостійна робота (10 год.)	Література: 1, 2, 3, 7, 10 Інформаційні ресурси: 1,2,3,4	Відповіді на питання, розв'язання задач	5	впродовж першого навчального семестру (перший періодичний контроль)
БЛОК II. ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ТА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА						
20	Тема 4. Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку та можливостей підприємств	Лекція (6 год.) Практичне заняття (4 год.) Самостійна робота (10 год.)	Література: 1, 2, 3, 7, 10 Інформаційні ресурси:	Відповіді на питання, розв'язання задач	5	впродовж першого навчального семестру (перший періодичний

			1,2,3,4			контроль)
18	Тема 5. Основні поняття та показники діяльності підприємств громадського харчування та готельного господарства	Лекція (4 год.) Практичне заняття (4 год.) Самостійна робота (10 год.)	Література: 1, 2, 3, 7, 10 Інформаційні ресурси: 1,2,3,4	Відповіді на питання, розв'язання задач	5	впродовж першого навчального семестру (другий періодичний контроль)
20	Тема 6. Товарна політика підприємств готельного та ресторанного господарства	Лекція (6 год.) Практичне заняття (4 год.) Самостійна робота (10 год.)	Література: 1, 2, 3, 7, 10 Інформаційні ресурси: 1,2,3,4	Відповіді на питання, розв'язання задач	5	впродовж першого навчального семестру (другий періодичний контроль)

МОДУЛЬ 2. МАРКЕТИНГ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА
БЛОК III. ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

29	Тема 7. Цінова політика підприємств готельного та ресторанного господарства	Лекція (4 год.) Практичне заняття (4 год.) Самостійна робота (10 год.)	Література: 1, 2, 3, 7, 10 Інформаційні ресурси: 1,2,3,4	Відповіді на питання, розв'язання задач	5	впродовж першого навчального семестру (другий періодичний контроль)
29	Тема 8. Політика розповсюдження послуг підприємств готельного та ресторанного господарства	Лекція (6 год.) Практичне заняття (4 год.) Самостійна робота (10 год.)	Література: 1, 2, 3, 7, 10 Інформаційні ресурси: 1,2,3,4	Відповіді на питання, тестові завдання	5	впродовж другого навчального семестру (перший періодичний контроль)
29	Тема 9. Комунікаційна політика підприємств готельного та ресторанного господарства	Лекція (4 год.) Практичне заняття (4 год.) Самостійна робота (17 год.)	Література: 1, 2, 3, 7, 10 Інформаційні ресурси: 1,2,3,4	Відповіді на питання, розв'язання задач	5	впродовж другого навчального семестру (перший періодичний контроль)

29	Тема 10. Планування маркетингу підприємств готельного та ресторанного бізнесу	Лекція (6 год.) Практичне заняття (6 год.) Самостійна робота (17 год.)	Література: 1, 2, 3, 7, 10 Інформаційні ресурси: 1,2,3,4	Відповіді на питання, розв'язання задач	5	впродовж другого навчального семестру (перший періодичний контроль)
БЛОК IV. МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ В ГОТЕЛЬНОМУ ТА РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ						
33	Тема 11. Маркетингова збутова стратегія готелів та ресторанів	Лекція (8 год.) Практичне заняття (6 год.) Самостійна робота (17 год.)	Література: 1, 2, 3, 7, 10 Інформаційні ресурси: 1,2,3,4	Відповіді на питання, розв'язання задач	5	впродовж другого навчального семестру (другий періодичний контроль)
31	Тема 12. Стратегічний маркетинг в міжнародній організації готельно-ресторанної справи	Лекція (6 год.) Практичне заняття (6 год.) Самостійна робота (17 год.)	Література: 1, 2, 3, 7, 10 Інформаційні ресурси: 1,2,3,4	Відповіді на питання, розв'язання задач	5	впродовж другого навчального семестру (другий періодичний контроль)

7.2 СХЕМА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ (ЛЕКЦІЙНИЙ БЛОК)

Тема лекції	Зміст лекції
Тема 1. Основи маркетингової діяльності підприємства, основні елементи та види маркетингу	1. Сутність маркетингу та основні поняття. 2. Управління маркетингом та основні концепції управління. 3. Складові маркетингового комплексу.
Тема 2. Маркетингове середовище підприємства	1. Сутність макросередовища підприємства та його складові. 2. Мікросередовище підприємства та його чинники. 3. Методи аналізу середовища підприємства.

Тема 3. Сутність та специфіка маркетингу послуг	<ol style="list-style-type: none"> 1. Особливості сфери послуг. 2. Специфіка маркетингу послуг. 3. Характеристика послуг та їх класифікація.
Тема 4. Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку та можливостей підприємств	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дослідження ринку послуг та його види. 2. Сегментування ринку послуг. 3. Вибір цільових сегментів і стратегія охоплення ринку. 4. Позиціонування послуг.
Тема 5. Основні поняття та показники діяльності підприємств громадського харчування та готельного господарства	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основні показники діяльності підприємств громадського харчування. 2. Прогнозування попиту на продукцію та послуги підприємства громадського харчування. 3. Поняття і показники діяльності підприємств готельного господарства.
Тема 6. Товарна політика підприємств готельного та ресторанного господарства	<ol style="list-style-type: none"> 1. Асортиментна політика підприємств. 2. Основні товарні стратегії. 3. Інноваційна товарна політика.
Тема 7. Цінова політика підприємств готельного та ресторанного господарства	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основні методи та стратегії ціноутворення ресторану. 2. Основні методи та стратегії ціноутворення на ринку гостинності.
Тема 8. Політика розповсюдження послуг підприємств готельного та ресторанного господарства	<ol style="list-style-type: none"> 1. Особливості розподілу послуг підприємств готельного та ресторанного господарства. 2. Розташування сервісного підприємства. 3. Структура території обслуговування. 4. Вибір розташування підприємства готельного та ресторанного господарства.
Тема 9. Комунікаційна політика підприємств готельного та ресторанного господарства	<ol style="list-style-type: none"> 1. Особливості просування послуг підприємств готельного та ресторанного господарства. 2. Сутність просування послуг та його складові.
Тема 10. Планування маркетингу підприємств готельного та ресторанного бізнесу	<ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетинговий план та його структура. 2. Складові маркетингового плану. 3. Розробка бюджету маркетингу послуг.
Тема 11. Маркетингова збутова стратегія готелів та ресторанів	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність і мета збутової політики, її місце в системі маркетингу готелів і ресторанів. Особливості формування збутової політики закладів гостинності. 2. Вибір каналів збуту, їх функції та характеристики. 3. Визначення та обґрунтування методів збуту. 4. Вибір посередників та організація взаємодії з ними. 5. Управління каналами збуту.
Тема 12. Стратегічний маркетинг в	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність, цілі та завдання стратегічного маркетингу в готельному і ресторанному

міжнародній організації готельно-ресторанної справи	<p>бізнесі.</p> <p>2. Інформаційно-аналітичне забезпечення стратегічного маркетингу в готельному і ресторанному бізнесі.</p> <p>3. Маркетинговий стратегічний аналіз підприємницького середовища готельного і ресторанного бізнесу.</p> <p>4. Маркетинговий стратегічний аналіз внутрішнього середовища суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу.</p> <p>5. Маркетинговий стратегічний аналіз споживачів готельних та ресторанних послуг.</p> <p>6. Контролінг маркетингових стратегій суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу</p>
---	---

7.3 СХЕМА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ (ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ)

Тема практичного заняття	Зміст практичного заняття
Тема 1. Концепція маркетингу в індустрії гостинності	Обговорення теми. Виконання практичних завдань
Тема 2. Маркетингове середовище, його вплив на діяльність закладів готельно-ресторанного господарства	Обговорення теми. Виконання практичних завдань
Тема 3. Маркетингові дослідження – основа визначення ринкових можливостей готелів та ресторанів	Обговорення теми. Виконання практичних завдань
Тема 4. Маркетингові дослідження ринку готельного і ресторанного господарства	Обговорення теми. Виконання практичних завдань
Тема 5. Маркетингові дослідження конкурентів	Обговорення теми. Виконання практичних завдань
Тема 6. Методологічні основи маркетингових досліджень споживачів	Обговорення теми. Виконання практичних завдань
Тема 7. Сегментація ринку	Обговорення теми. Виконання практичних завдань

Тема 8. Маркетингова продуктова політика	Обговорення теми. Виконання практичних завдань
Тема 9. Цінова політика закладів готельно-ресторанного господарства	Обговорення теми. Виконання практичних завдань
Тема 10. Збутова політика закладів готельно-ресторанного господарства	Обговорення теми. Виконання практичних завдань
Тема 11. Маркетингова політика комунікацій закладів готельно-ресторанного господарства	Обговорення теми. Виконання практичних завдань
Тема 12. Організація та контроль маркетингової діяльності	Обговорення теми. Виконання практичних завдань

7.4 СХЕМА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ (ТЕМИ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ОПРАЦЮВАННЯ)

Тема для самостійного опрацювання	Зміст теми
Тема 1. Основи маркетингової діяльності підприємства, основні елементи та види маркетингу	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність маркетингу та основні поняття. 2. Управління маркетингом та основні концепції управління. 3. Складові маркетингового комплексу.
Тема 2. Маркетингове середовище підприємства	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність макросередовища підприємства та його складові. 2. Мікросередовище підприємства та його чинники. 3. Методи аналізу середовища підприємства.
Тема 3. Сутність та специфіка маркетингу послуг	<ol style="list-style-type: none"> 1. Особливості сфери послуг. 2. Специфіка маркетингу послуг. 3. Характеристика послуг та їх класифікація.
Тема 4. Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку та можливостей підприємств	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дослідження ринку послуг та його види. 2. Сегментування ринку послуг. 3. Вибір цільових сегментів і стратегія охоплення ринку.

	4. Позиціонування послуг.
Тема 5. Основні поняття та показники діяльності підприємств громадського харчування та готельного господарства	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основні показники діяльності підприємств громадського харчування. 2. Прогнозування попиту на продукцію та послуги підприємства громадського харчування. 3. Поняття і показники діяльності підприємств готельного господарства.
Тема 6. Товарна політика підприємств готельного та ресторанного господарства	<ol style="list-style-type: none"> 1. Асортиментна політика підприємств. 2. Основні товарні стратегії. 3. Інноваційна товарна політика.
Тема 7. Цінова політика підприємств готельного та ресторанного господарства	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основні методи та стратегії ціноутворення ресторану. 2. Основні методи та стратегії ціноутворення на ринку гостинності.
Тема 8. Політика розповсюдження послуг підприємств готельного та ресторанного господарства	<ol style="list-style-type: none"> 1. Особливості розподілу послуг підприємств готельного та ресторанного господарства. 2. Розташування сервісного підприємства. 3. Структура території обслуговування. 4. Вибір розташування підприємства готельного та ресторанного господарства.
Тема 9. Комунікаційна політика підприємств готельного та ресторанного господарства	<ol style="list-style-type: none"> 1. Особливості просування послуг підприємств готельного та ресторанного господарства. 2. Сутність просування послуг та його складові.
Тема 10. Планування маркетингу підприємств готельного та ресторанного бізнесу	<ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетинговий план та його структура. 2. Складові маркетингового плану. 3. Розробка бюджету маркетингу послуг.
Тема 11. Маркетингова збутова стратегія готелів та ресторанів	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність і мета збутової політики, її місце в системі маркетингу готелів і ресторанів. Особливості формування збутової політики закладів гостинності. 2. Вибір каналів збуту, їх функції та характеристики. 3. Визначення та обґрунтування методів збуту. 4. Вибір посередників та організація взаємодії з ними. 5. Управління каналами збуту.

<p>Тема 12. Стратегічний маркетинг в міжнародній організації готельно-ресторанної справи</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність, цілі та завдання стратегічного маркетингу в готельному і ресторанному бізнесі. 2. Інформаційно-аналітичне забезпечення стратегічного маркетингу в готельному і ресторанному бізнесі. 3. Маркетинговий стратегічний аналіз підприємницького середовища готельного і ресторанного бізнесу. 4. Маркетинговий стратегічний аналіз внутрішнього середовища суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу. 5. Маркетинговий стратегічний аналіз споживачів готельних та ресторанних послуг. 6. Контролінг маркетингових стратегій суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу
--	---

8. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ТА ВИМОГИ

<p>Загальна система оцінювання курсу</p>	<p>За семестр з освітнього компоненту проводяться два періодичні контролю (ПКР), результати яких є складником результатів контрольних точок першої (КТ1) і другої (КТ2). Результати контрольної точки (КТ) є сумою поточного (ПК) і періодичного контролю (ПКР): $КТ = ПК + ПКР$. Максимальна кількість балів за контрольну точку (КТ) складає 50 балів. Максимальна кількість балів за періодичний контроль (ПКР) становить 60 % від максимальної кількості балів за контрольну точку (КТ), тобто 30 балів. А 40 % балів, тобто решта балів контрольної точки, є бали за поточний контроль, а саме 20 балів. Результати поточного контролю обчислюються як середньозважена оцінок ($X_{ср}$) за діяльність здобувача на практичних (семінарських) заняттях, що входять в число певної контрольної точки. Для трансферу середньозваженої оцінки ($X_{ср}$) в бали, що входять до 40 % балів контрольної точки (КТ), треба скористатися формулою: $ПК = (X_{ср}) * 20 / 5$. Таким чином, якщо за поточний контроль (ПК) видів діяльності здобувача на всіх заняттях $X_{ср} = 4.1$ бали, які були до періодичного контролю (ПКР), то їх перерахування на 20 балів здійснюється так: $ПК = 4.1 * 20 / 5 = 4.1 * 4 = 16.4 // 16$ (балів). За періодичний контроль (ПКР) здобувачом отримано 30 балів. Тоді за контрольну точку (КТ) буде отримано $КТ = ПК + ПКР = 16 + 30 = 46$ (балів).</p> <p>Здобувач має право на підвищення результату тільки одного періодичного контролю (ПКР) протягом двох тижнів після його складання у випадку отримання незадовільної оцінки.</p> <p>Підсумковим контролем є екзамен, на його складання надається 100 балів за виконання тестів (або задач чи завдань іншого виду). Загальний рейтинг з освітнього компоненту (ЗР) складається з суми балів (Е), отриманих на екзамені, і підсумкової оцінки (ПО) та ділиться навпіл. $ЗР = (ПО + Е) / 2$</p>
<p>Практичні заняття</p>	<p>«5» – здобувач в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому нормативну, обов'язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі розрахункові / тестові завдання. Здатен виділяти суттєві ознаки вивченого за допомогою операцій</p>

	<p>синтезу, аналізу, виявляти причинно-наслідкові зв'язки, формувати висновки і узагальнення, вільно оперувати фактами та відомостями.</p> <p>«4» – здобувач достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому нормативну та обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив більшість розрахункових / тестових завдань. Здобувач здатен виділяти суттєві ознаки вивченого за допомогою операцій синтезу, аналізу, виявляти причинно-наслідкові зв'язки, у яких можуть бути окремі несуттєві помилки, формувати висновки і узагальнення, вільно оперувати фактами та відомостями.</p> <p>«3» – здобувач в цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових розрахунків, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив половину розрахункових / тестових завдань. Має ускладнення під час виділення суттєвих ознак вивченого; під час виявлення причинно-наслідкових зв'язків і формулювання висновків.</p> <p>«2» – здобувач не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових розрахунків, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності. Правильно вирішив окремі розрахункові / тестові завдання. Безсистемно відділяє випадкові ознаки вивченого; не вміє зробити найпростіші операції аналізу і синтезу; робити узагальнення, висновки.</p>
<p>Умови допуску до підсумкового контролю</p>	<p>Здобувач, який навчається стабільно на «відмінні» оцінки і саме такі оцінки має за періодичні контролю, накопичує впродовж вивчення навчального курсу 90 і більше балів, має право не складати екзамен з даної освітнього компоненту.</p> <p>Здобувач зобов'язаний відпрацювати всі пропущені семінарські заняття протягом двох тижнів. Невідпрацьовані заняття (невиконання навчального плану) є підставою для недопущення здобувача до підсумкового контролю.</p>

9. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Бриггс С. Маркетинг в туризмі. Київ: Знання-Прес, 2018. 358 с.
2. Дурович А. П. Маркетинг в туризме: учебное пособие. Минск: Новое знание, 2019. 496 с.
3. Забалдіна Ю. Б. Маркетинг туристичного підприємства: навчальний посібник. Київ: Музична Україна, 2019. 196 с.
4. Іванова Л. О. Маркетинг готельного і ресторанного господарства : навч. посіб. Львів : Вид-во Львів. комерц. академії, 2019. 216 с.
5. Карягін Ю.О., Тимошенко З.І., Демура Т.О., Мунін Г.Б. Маркетинг турпродукту: підручник. Київ: Кондор, 2019. 394 с.
6. Кудла Н.Є. Маркетинг туристичних послуг: підручник. Київ: Знання, 2017. 351 с.

7. Летуновська Н. Є. Люльов О. В. Маркетинг у туризмі : підручник.. Суми : Сумський державний університет, 2020. 270 с.
8. Лук'янов В.О. Мунін Г.Б. Маркетинг туристичного бізнесу: навчальний посібник. Київ: Кондор, 2018. 336 с.
9. Мунін Г. Б., Тимошенко З. І., Самарцев Є. В., Змійов А. О. Маркетинг туризму: навч. посіб. Київ: Вид-во Європ. ун-ту, 2017. 324 с.
10. Правик Ю.М. Маркетинг туризму: підручник. Київ: Знання, 2018. 303 с.
11. Стамат В. М. Конспект лекцій для здобувачів вищої освіти ступеня «бакалавр» спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» денної форми навчання Маркетинг готельного і ресторанного господарства. Микоалів 2021.161 с. URL: <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/10605/1/marketing-gotelno-go-i-restorannogo-gospodarstva-konspekt-241.pdf>
12. Тимошенко З.І., Мунін Г.Б. Маркетинг готельно-ресторанного бізнесу: навч. посібн. Київ: Вид-во Європ. ун-ту, 2017. 246 с.
13. Цвілий С. М., Кукліна Т.С., Зайцева В.М. Маркетинг в готельно-ресторанному господарстві : навчальний посібник. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2023. 260 с. ISBN 978-617-529-398-0 http://eir.zntu.edu.ua/bitstream/123456789/9584/1/NP_Tsviliy.pdf

Допоміжна

12. Архіпов В.В. Русавська В.А. Організація ресторанного господарства: навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2018. 279 с.
13. Бойко М. Г., Гопкало Л.М. Організація готельного господарства : підручник. Київ: Київ. нац. торг.-ек. ун-т, 2016. 494 с.
14. Дурович А.П. Реклама в туризмі: учебное пособие. Минск: Новое знание, 2018. 254 с.
15. Котлер Ф., Боуэн Д., Мейкенз Д. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. Москва: ЮНИТИ, 2018. 1063 с.
16. Круль, Г. Я. Основи готельної справи : навчальний посібник. Київ : ЦУЛ, 2017. 368 с.
17. Мальська М. П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія та практика : підручник. Київ : ЦУЛ, 2019. 472с.
18. Мельникова О.О. Маркетинг в туризмі: навчально-методичний посібник. Старобільськ: Видавництво ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2017. 152 с.
19. Мендела І.Я. Маркетинг готельно-ресторанного господарства: навчально-методичний посібник. Івано-Франківськ: Територія друку, 2022. 56 с. URL: http://lib.pnu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/14086/1/%D0%BA%D0%BD%D0%B8%D0%B3%D0%B0_%D0%93%D0%A0%D0%93_2022.pdf
20. Організація готельного господарства : навчальний посібник. / О. М. Головка та ін. Київ : Кондор, 2018. 338 с.
21. Сало Я.М. Організація обслуговування населення на підприємствах ресторанного сервісу. Львів: Афіша, 2017. 301 с.
22. Самодай В. П., Кравченко А.І. Організація ресторанної справи : навч. посіб. Суми : Вид-во СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2017. 424 с.

13. Інформаційні ресурси в Інтернет

Все про туризм. Туристична бібліотека URL: https://tourlib.net/statti_ukr/mogylova.htm
 Навчальні матеріали онлайн. URL: <https://pidruchniki.com/marketing/>
 Навчальні матеріали онлайн. URL : <http://pidruchniki.com/turizm/>
 Офіційний сайт Всесвітньої організації туризму. URL: www.world-tourism.org.