

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова
Геолого-географічний факультет
Кафедра економічної та соціальної географії і туризму

Силабус курсу
Маркетинг готельно-ресторанного господарства

Обсяг	3,5 кредита ЄКТС / 105 годин
Семестр, рік навчання	семестр 4, рік навчання - 2
Дні, час, місце	згідно з розкладом
Викладач (і)	Коломієць Катерина Василівна; кандидат географічних наук, доцент кафедри економічної та соціальної географії і туризму
E-mail:	kolomiyets@onu.edu.ua
Робоче місце	геолого-географічний факультет, кафедра економічної та соціальної географії і туризму (ауд.99)
Консультації	очні консультації: згідно з графіком, затвердженим на засіданні кафедри; онлайн-консультації: телефон, zoom

КОМУНІКАЦІЯ

Спілкування в аудиторії за розкладом.

Інші види комунікації: консультація за розкладом, Google-class, Zoom

E-mail: kolomiyets@onu.edu.ua

Аудиторія: за розкладом

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Предметом вивчення навчальної дисципліни є маркетингова діяльність у закладах готельно-ресторанного господарства.

Пререквізити курсу: лекційний курс та практичні заняття з курсу "Маркетинг готельно-ресторанного господарства" викладається після засвоєння студентами наступних дисциплін: "Організація туризму", "Економічна теорія", "Рекреаційні комплекси світу", "Географія туризму".

Постреквізити курсу: дисципліни, для вивчення яких потрібні знання, уміння і навички, що здобуваються після закінчення вивчення даної дисципліни - "Організація готельного господарства", "Маркетинг в туризмі", "Менеджмент в туризмі", "Географія світового господарства".

Метою викладання навчальної дисципліни "Маркетинг готельно-ресторанного господарства" є засвоєння студентами, майбутніми фахівцями в області туризму і рекреації 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.

До завдань курсу належить:

- дати студенту теоретичні та методологічні основи маркетингу готельного і ресторанного господарства;
- дати характеристику сучасних тенденцій і перспектив розвитку індустрії гостинності;
- сформулювати уявлення про інструменти маркетингової діяльності готелів і ресторанів.

Очікувані результати навчання. У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен *знати*:

- рівні управління маркетингом на підприємстві;
- системи маркетингових планів;
- цілі і маркетингові стратегії закладу;
- сутність маркетингу;
- особливості та методи маркетингу;
- принципи маркетингу;
- особливості різних теоретичних підходів до розробки загальної стратегічної доктрини різних суб'єктів підприємництва відповідно до специфіки цільових ринків готельно-ресторанного сектору економіки, а також складу необхідних для її реалізації функціональних стратегій маркетинг-менеджменту;

вміти:

- орієнтуватися на ринку з-поміж конкурентів;
- здійснювати аналіз ринкових параметрів, структури потреб і місткості цільових ринків, сегментування цільових аудиторій споживачів, позиціонування товарних брендів щодо конкурентів;
- прогнозувати рівні потенційного й платоспроможного попиту;
- проводити польові і кабінетні маркетингові дослідження;
- здійснювати творчу розробку комплексу стратегій готельно-ресторанних комплексів щодо просування їх товарних брендів, а також розробляти стратегічні плани їх реалізації;
- використовувати отримані знання на практиці у сфері управління ринковими процесами, їх регулювання та дослідження.

ОПИС КУРСУ

Форми і методи навчання

Курс буде викладений у формі лекцій (26 год.) та практичних занять (16 год.), організації самостійної роботи студентів (63 год.).

Основна підготовка студентів здійснюється на лекційних та практичних заняттях, але у значній мірі покладається на самостійне вивчення предмета студентами денної форми навчання під час семестру. Під час викладання дисципліни використовуються методи навчання: словесні (лекція, пояснення); наочні (демонстрація Power Point); практичні (практичні роботи); робота з підручником (під керівництвом викладача, самостійна робота студентів).

Зміст навчальної дисципліни

Змістовний модуль 1. Теоретико-методологічні основи маркетингу в готельно-ресторанному господарстві.

Тема 1. Поняття маркетингу в галузі.

Тема 2. Маркетингове середовище, його вплив на діяльність закладів готельно-ресторанного господарства.

Тема 3. Маркетингові дослідження - основа визначення ринкових можливостей готелів та ресторанів.

Тема 4. Маркетингова сегментація ринку.

Тема 5. Бізнес-позиціонування підприємств на ринку.

Змістовний модуль 2. Формування маркетингової політики закладів готельно-ресторанного господарства..

Тема 6. Маркетингова продуктова політика.

Тема 7. Маркетингові цінова політика закладів готельно-ресторанного господарства.

Тема 8. Збутова політика закладів готельно-ресторанного господарства.

Тема 9. Маркетингова комунікаційна політика закладів готельно-ресторанного господарства.

Тема 10. Організація та контроль маркетингової діяльності у закладах готельно-ресторанного господарства.

Перелік рекомендованої літератури

1. Данько Н.І., Євтушенко О.В. Маркетинг у туризмі та готельно-ресторанному бізнесі: навч. посібник. Х: В-во ХНУ імені В.Н. Каразіна. 2018. 165 с.
2. Іванова Л.О. Маркетинг готельного і ресторанного господарства. Навч. посібник. Львів : Вид-во Львівської комерційної академії. 2012. 215 с.
3. Іванова Л.О., Семак Б.Б., Вовчанська О.М. Маркетинг послуг : навч. посіб. Львів: В-во Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с.
4. Катаєв А.В. Маркетинг : навчальний посібник. Харків : Видавничий центр «Діалог», 2016. 425 с.
5. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу : навч. посіб. Київ : Діалектика, 2020. 880 с.
6. Мальська М.П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія та практика. К.: Центр учбової літератури, 2012. 472 с.
7. Мойсєєв В. А. Паблік рілейшенз. Київ: Академвидав. 2007. 226 с.
8. Мунін Г.Б., Карягін Ю.О., Роглев Х.Й. Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу: навч. посіб. К.: Кондор, 2008. 460 с.
9. Полінкевич О. М. Маркетинг туризму та готельно-ресторанної справи : навч. посіб. Луцьк : ЛНТУ, 2022. 288 с.
10. Світвуд А. Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними. Київ : Наш формат, 2019. 152 с.
11. Смерічевський С. Ф., Петропавловська С. Є., Радченко О. А. Бренд-менеджмент: навч. посібник. К. : НАУ, 2019. 156 с.

ОЦІНЮВАННЯ

Методи поточного контролю: усне опитування, контрольна письмова робота, захист результатів практичних робіт, тестування (бланкове або комп'ютерне), оцінювання виконання практичних навичок та ін. Підсумковий контроль за дисципліною – залік. Залік складає студент, який виконав усі обов'язкові види робіт, які передбачаються навчальною програмою дисципліни та під час опанування дисципліни набрав 60 і більше балів.

Розподіл балів, які отримують студенти

Поточний контроль										Підсумковий контроль	Сума балів
Змістовий модуль №1					Змістовий модуль №2						
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	30	100
6	6	6	6	6	8	8	8	8	8		

T1, T2 ... T9 – теми змістових модулів.

Самостійна робота студентів

Робота студентів складається з самостійного вивчення з певного переліку тем або тем, що потребують поглибленого вивчення. Самостійна робота (СР) контролюється у вигляді тестів, контрольних робіт, колоквиумів і звітів. Питання з тем, що відведені на самостійне вивчення включені до контрольних заходів. Увесь обсяг СР містить завдання, які вимагають від студента систематичної самостійної роботи, розв'язання задач, розгляду case-study.

ПОЛІТИКА КУРСУ

Політика щодо дедлайнів та перескладання:

Підсумковий письмовий контроль здійснюється в аудиторії, у разі відсутності або низького результату перескладається одноразово протягом двох тижнів в день планової консультації. У разі недотримання політики щодо дедлайнів та перескладання контрольні заходи вважаються не зданими.

Політика щодо академічної доброчесності: Списування під час контрольних робіт та заліку заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час онлайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття. Дотримання академічної доброчесності регламентується «Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату у освітній та науково-дослідній роботі учасників освітнього процесу та науковців ОНУ імені І.І.Мечникова» https://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/acad_council/polozhennya-antiplagiat-2021.pdf

Політика щодо відвідування та запізень: відвідування лекцій – вільне, практичних занять – обов'язкове, запізнення не бажані. Бали за відвідування занять не нараховуються.

Мобільні пристрої: допускається використання смартфона, планшета або іншого пристрою з дозволу викладача.

Поведінка в аудиторії: студент повинен дотримуватися правил внутрішнього розпорядку навчального закладу.