

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА»**

Факультет туризму

Кафедра готельно-ресторанної та курортної справи

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Маркетинг готельно-ресторанного господарства

Освітньо-професійна програма «Готельно-ресторанна справа»

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»

Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 5 від 26.11. 2019 р.

м. Івано-Франківськ – 2019

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до курсу
3. Мета та цілі курсу
4. Результати навчання
5. Організація навчання курсу
6. Система оцінювання курсу
7. Політика курсу
8. Рекомендована література

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	Маркетинг готельно-ресторанного господарства
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Викладач (-і)	к.е.н., доц. Мендела Ірина Ярославівна
Контактний телефон викладача	380665201636
Е-mail викладача	mendela__i@ukr.net
Формат дисципліни	Аудиторне вивчення, самостійна робота студентів з елементами дистанційного навчання
Обсяг дисципліни	3 кредити ЄКТС – 90 год.
Посилання на сайт дистанційного навчання	
Консультації	Понеділок, вівторок – 15-00–17-00 год.
2. Анотація до курсу	
<p>Програма вивчення навчальної дисципліни «Маркетинг готельно-ресторанного господарства» складена відповідно до Освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа».</p> <p>Предметом вивчення навчальної дисципліни є завдання функціонування закладів готельно-ресторанного господарства маркетингової орієнтації, поняття «середовища маркетингу» та його елементи.</p>	
3. Мета та цілі курсу	
<p>Мета вивчення дисципліни «Маркетинг готельно-ресторанного господарства» - засвоєння студентами 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.</p> <p>Завдання: дисципліни є формування у студентів певних знань та умінь з маркетингу готельно-ресторанного господарства.</p>	
4. Результати навчання (компетентності)	
<p>У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:</p> <p>знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> – теоретичні та методологічні основи маркетингу готельного і ресторанного господарства; – сучасні тенденції і перспективи розвитку індустрії гостинності; – мету та завдання функціонування закладів готельно-ресторанного господарства маркетингової орієнтації; – систему інструментів маркетингової діяльності готелів і ресторанів (маркетинг-мікс); – сутність, види та принципи маркетингових досліджень; – поняття «середовища маркетингу» та його елементи; – ознаки класифікації і методи дослідження ринків індустрії гостинності; – методологічні основи маркетингових досліджень споживачів; – признаки сегментації ринку готельного і ресторанного господарства; – поняття, категорії та принципи формування продуктової, цінової і збутової політики; – сутність маркетингової політики комунікацій, специфічні інструменти проведення маркетингової комунікаційної політики закладами готельно-ресторанного господарства; <p>У існуючу нормативну документацію щодо організації маркетингової діяльності закладів готельно-ресторанного господарства.</p> <p>вміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> – провести комплексні маркетингові дослідження та визначити ринкові можливості закладу; – визначити перспективний цільовий сегмент споживачів; – обґрунтувати ефективну товарну, цінову, збутову, комунікаційну політику; 	

- розробити план маркетингу;
- запровадити концептуальний підхід маркетингових заходів на ГРГ.

5. Організація навчання курсу

Обсяг курсу

Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	20
семінарські заняття	20
самостійна робота	50

Ознаки курсу

Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
VIII	Готельно- ресторанна справа	4	Нормативний

ТЕМАТИКА КУРСУ

Тема	Лекції			Семінарські (практичні, лабораторні)			Вага оцінки	Термін виконання
	Форма заняття	План	Завдання, год.	Форма заняття	План	Завдання, год.		
Тема 1. Концепція маркетингу в індустрії гостинності	Лекція	<p>1. Соціально-економічна сутність маркетингу: маркетинг як економічний процес, господарська функція, господарська концепція.</p> <p>2. Еволюція концепцій маркетингу, тенденції їх сучасного розвитку.</p> <p>3. Принципи маркетингу: орієнтація на споживача, націленість на чітко виражений комерційний результат, науковість і комплексне дослідження ринку, гнучкість у прийнятті рішень, активна позиція на ринку.</p> <p>4. Специфіка маркетингу в індустрії гостинності.</p> <p>5. Комплекс маркетингу (маркетинг-мікс), його основні елементи - «4Р»: продукт, ціна, збут, комунікації.</p> <p>6. Система інструментів у маркетинговій діяльності готелів і ресторанів та їхня структура («7Р»: продукт,</p>	2	Семінарське заняття	1. Концепція маркетингу в індустрії гостинності.	2	5	Лютий

		ціна, збут, комунікації, персонал, процес обслуговування, оточення (фізичне середовище).						
Тема 2 . Маркетингове середовище, його вплив на діяльність закладів готельно-ресторанного господарства	Лекція	1. Поняття середовища маркетингу, його елементи. 2. Контрольовані та неконтрольовані чинники. 3. Внутрішнє середовище маркетингу. 4. Аналіз факторів, що впливають на діяльність закладу та визначають його потенціал: менеджмент, виробництво, комплекс маркетингу, фінансово-економічний потенціал, персонал, корпоративна культура.	2	Семінарське заняття	1. Маркетингове середовище, його вплив на діяльність закладів готельно-ресторанного господарства.	2	5+5	Лютий
Тема 3. Маркетингові дослідження - основа визначення ринкових можливостей готелів та ресторанів	Лекція	1. Інформаційне забезпечення маркетингу готельно-ресторанного господарства. 2. Класифікація маркетингової інформації, характеристика її джерел (первинна, вторинна). 3. Принципи формування та використання інформації в системі управління маркетингом готелів і ресторанів.. 4. Маркетингова інформаційна система	2	Семінарське заняття	1.Маркетингові дослідження - основа визначення ринкових можливостей готелів та ресторанів.	2	5	Березень

		(МІС): підсистеми внутрішньої інформації, зовнішньої інформації, підтримки маркетингових рішень і маркетингових досліджень.						
Тема 4. Маркетингові дослідження ринку готельного і ресторанного господарства	Лекція	1. Ринок як економічна основа маркетингу. 2. Ознаки класифікації ринків, що практично використовуються в індустрії гостинності: за структурою. 3. Оцінка кон'юнктури ринку.	2	Семінарське заняття	1. Маркетингові дослідження ринку готельного і ресторанного господарства.	2	5+5	Березень
Тема 5. Сегментація ринку	Лекція	1. Сегментація ринку як інструмент маркетингу: поняття, визначення, категорії 2. Признаки сегментації ринку готельного і ресторанного господарства: географічні, соціально - демографічні, психографічні (типологія споживачів за системами) та поведінковими чинниками. 3. Етапи розвитку маркетингу відносно задоволення потреби ринку (масовий; товарно-диференційований; цільовий), їхня характеристика. 4. Види маркетингу (недиференційований,	2	Семінарське заняття	1. Сегментація ринку.	2	5	Квітень

		диференційований, концентрований маркетинг), особливості та фактори, що їх визначають.						
Тема 6. Маркетингова продуктова політика	Лекція	<ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття категорії «готельний продукт» закладів індустрії гостинності. 2. Багаторівнева інтегральна модель готельного продукту. 3. Продуктова номенклатура закладу готельно-ресторанного господарства. 4. Концепція життєвого циклу продукту. 5. Характеристика етапів життєвого циклу. 	2	Семінарське заняття	1. Маркетингова продуктова політика.	2	5	Квітень
Тема 7. Цінова політика закладів готельно-ресторанного господарства	Лекція	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ціна в комплексі маркетингу. 2. Етапи формування цінової політики. 3. Фактори, що визначають ефективність цінової політики індустрії гостинності. 4. Постановка цілей ціноутворення: максимізація поточного прибутку, забезпечення життєздатності, лідерство на ринку, лідерство у якості продуктів, які пропонуються. 5. Вибір методу 	2	Семінарське заняття	1. Цінова політика закладів готельно-ресторанного господарства.	2	5+5	Квітень

		ціноутворення: затратний, з орієнтацією на попит, з орієнтацією на рівень конкуренції. б. Цінові стратегії: конкурентні, диференційовані, асортиментні, психологічного ціноутворення, стимулюючі.						
Тема 8. Збутова політика закладів готельно-ресторанного господарства	Лекція	1. Поняття, цілі збутової політики та її місце в системі маркетингу готелів і ресторанів. 2. Особливості формування збутової політики закладів індустрії гостинності, фактори, що впливають на її ефективність. 3. Вибір каналів збуту, їх функції, характеристики (довжина, ширина), критерії оцінки (економічний критерій, критерій управління, критерій гнучкості).	2	Семінарське заняття	1. Збутова політика закладів готельно-ресторанного господарства.	2	5	Квітень
Тема 9. Маркетингова політика комунікацій закладів готельно-ресторанного господарства	Лекція	1. Сутність маркетингової політики комунікацій та її роль у маркетинговій політиці готелів і ресторанів. 2. Комплекс маркетингових комунікацій.	2	Семінарське заняття	1. Маркетингова політика комунікацій закладів готельно-ресторанного господарства.	2	5	Травень

		<p>3. Визначення цільових аудиторій та лоти комунікацій.</p> <p>4. Особливості та специфічні інструменти проведення маркетингової комунікаційної політики закладами готельно-ресторанного господарства.</p>						
Тема 10. Ефективність діяльності та методичні засади її оцінки	Лекція	<p>1. Програма маркетингу.</p> <p>2. Бюджет маркетингу.</p> <p>3. Організація маркетингової діяльності у закладі готельно-ресторанного господарства.</p> <p>4. Організаційні структури служби маркетингу.</p> <p>5. Маркетинг взаємовідносин.</p>	2	Семінарське заняття	1. Ефективність діяльності та методичні засади її оцінки	2	5+5	Травень

6. Система оцінювання курсу	
Загальна система оцінювання курсу	100 балів
Вимоги до письмової роботи	5 балів
Семінарські заняття	5 балів
Умови допуску до підсумкового контролю	26 балів
7. Політика курсу	
<p>Атмосферу довіри, взаєморозуміння, взаємоповаги потрібно будувати щоденно. Політика ректорату спрямована на академічну доброчесність, прозорість та законність діяльності. Задля цього розроблено та впроваджено «Положення про запобігання академічного плагіату», «Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності», «Кодекс честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Стефаника» і опубліковано їх на сайті. Викладеними в цих документах принципами (відповідальності, справедливості, академічної свободи, взаємоповаги, безпеки і добробуту, законності) та правилами поведінки студентів і працівників університету, які базують на відповідних законах, й керується кафедра готельно-ресторанної та курортної справи у своїй діяльності. В університеті діє «Гаряча лінія» з ректором, «Телефон довіри», більшість вступних іспитів проводиться за комп'ютерно-тестовими технологіями, а іспит за допомогою онлайн трансляції можна переглядати у реальному часі. Діяльність кафедри, ректорату з питань запобігання та виявлення корупції здійснюється на основі чинного законодавства України.</p>	
8. Рекомендована література	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Астахова О. Маркетинг: Навч. посіб. Харків: Вид. ХНЕУ, 2006. 208 с. 2. Вачевський М.В., Скотний М.В. Маркетинг у сферах послуг: Навчальний посібник. Київ: «Центр навчальної літератури», 2004. 232 с. 3. Іванова Л. О., Семак Б.Б., Вовчанська О.М. Маркетинг послуг : навчальний посібник. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с. 4. Мендела І.Я. Стратегічний маркетинг: навчально-методичний посібник. Івано-Франківськ: Вид-во «Фоліант», 2012. 102 с. 5. Старостіна А.О. Маркетинг: підручник. Київ: Знання, 2009. 1071 с. 	

Викладач _____ І.Я.Мендела