



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Маркетинг готельно-ресторанного господарства»

(назва навчальної дисципліни)

Ступінь вищої освіти: бакалавр
Спеціальність: 241 Готельно-ресторанна справа
Освітньо-професійна програма: Готельно-ресторанна справа
Викладач: Значек Рафаела Рафаелівна, доцент кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі, к.т.н.
Факультет: Менеджменту, маркетингу і логістики
Кафедра: Маркетингу, підприємництва і торгівлі
Профайл викладача **Контактна інформація:**
rafaehlab88@gmail.com,
096-3588350

1. Загальна інформація

Тип дисципліни - обов'язкова

Мова викладання - українська

Навчальна дисципліна викладається на 2 курсі у 3 семестрі денної та заочної форми навчання

Кількість кредитів ECTS – 4, годин – 120

| Аудиторні заняття, годин: | всього | лекції | практичні |
|---------------------------|------------|--------|--------------|
| денна | 42 | 16 | 26 |
| заочна | 16 | 8 | 8 |
| Самостійна робота, годин | Денна – 78 | | Заочна – 104 |

Розклад занять

2. Анотація навчальної дисципліни

Маркетинг готельно-ресторанного господарства – це система управління й організації діяльності по розробці, створенню, просуванню та продажу готельного продукту, орієнтована на задоволення потреб споживача, і на забезпечення досягнення поставлених цілей керівництва готелю.

Мета маркетингу готельного і ресторанного господарства полягає у формуванні у студентів сучасної цілісної системи поглядів та спеціальних знань у сфері маркетингу, набуття практичних навичок та формування у студентів компетенції фахівців галузі готельно-ресторанного господарства в нових ринкових умовах.

3. Мета навчальної дисципліни

Мета дисципліни - формування сучасної системи поглядів та спеціальних знань у галузі маркетингу, набуття практичних навичок щодо просування послуг на ринку готельного і ресторанного бізнесу з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємства.

В результаті вивчення курсу «Маркетинг готельно-ресторанного господарства» здобувачі повинні

знати:

- сутність й основні види маркетингу;
- теоретичні аспекти управління маркетингом;
- методичні засади проведення маркетингових досліджень;
- принципи сегментації споживачів ринків готельного і ресторанного бізнесу та вибору цільових ринків та позиціонування товару (фірми) на ринку;

вміти:

- формувати ефективний комплекс маркетингу;
- розробляти стратегії та плани маркетингу;
- контролювати та організовувати маркетингову діяльність на підприємствах готельного і ресторанного господарства.

