

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Одеська національна академія харчових технологій

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Маркетинг готельно-ресторанного господарства

Обов'язкова навчальна дисципліна

Мова навчання - українська

Освітньо-професійна програма Готельно-ресторанна справа

Код та найменування спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа

Шифр та найменування галузі знань 24 «Сфера обслуговування»

Ступінь вищої освіти бакалавр

Розглянуто, схвалено та затверджено
Методичною радою академії

ЗМІСТ

1	Пояснювальна записка	4
1.1	Мета та завдання навчальної дисципліни	4
1.2	Компетентності, які може отримати здобувач вищої освіти	4
1.3	Міждисциплінарні зв'язки	6
1.4	Обсяг навчальної дисципліни в кредитах ЄКТС	6
2	Зміст навчальної дисципліни:	6
2.1	Програма змістовних модулів	6
2.2	Перелік практичних робіт	7
2.3	Перелік завдань до самостійної роботи	8
3	Критерії оцінювання результатів навчання	8
4	Інформаційні ресурси	9

1. Пояснювальна записка

1.1. Мета та завдання навчальної дисципліни

Предметом вивчення навчальної дисципліни є оволодіння загальними закономірностями розвитку маркетингу в сучасних умовах, а також система маркетингу підприємств готельного та ресторанного господарства.

Метою викладання навчальної дисципліни «Маркетинг готельно-ресторанного господарства» є 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.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Маркетинг готельно-ресторанного господарства» є вивчення сутності й видів маркетингу, теоретичних аспектів управління маркетингом; засвоєння методичних засад проведення маркетингових досліджень, сегментації споживачів ринків готельного і ресторанного бізнесу, вибору цільових ринків та позиціонування товару (фірми) на ринку; засвоєння знань та набуття практичних навичок з формування ефективного комплексу маркетингу; засвоєння знань щодо розробки стратегії та планів маркетингу, контролю та організації маркетингової діяльності на підприємствах готельного і ресторанного господарства.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати: теоретичні та методологічні основи аналізу ринку та підходи до його проведення; склад маркетингового середовища підприємства; етапи розробки стратегічної маркетингової програми; методи проведення ситуаційного аналізу та аналізу стратегічного господарського портфелю послуг підприємств готельного і ресторанного бізнесу; основні підходи до сегментування ринку позиціонування на ньому послуг підприємства; основні напрями і складові маркетингового комплексу підприємства; теоретико-методологічні підходи щодо оцінювання конкурентоспроможності підприємств готельного ресторанного господарства; цілі, етапи та структуру плану маркетингу.

вміти: застосовувати різні концепції управління маркетингом для удосконалення маркетингової діяльності підприємств готельного ресторанного господарства; виявляти потреби споживачів; аналізувати оточуюче маркетингове середовище та вплив контрольованих та неконтрольованих чинників на діяльність підприємств; проводити маркетингові дослідження та збирати маркетингову інформацію; застосовувати різні підходи до аналізу господарського портфелю послуг підприємств готельного ресторанного бізнесу та розробляти стратегію їх зростання; проводити сегментацію ринку за різними ознаками та вміти здійснювати позиціонування послуг підприємств; оцінювати рівень конкурентоспроможності підприємства; практично формувати розділи плану маркетингу.

1.2. Компетентності, які може отримати здобувач вищої освіти

У результаті вивчення навчальної дисципліни «Маркетинг готельно-ресторанного господарства» здобувач вищої освіти отримує наступні програмні

компетентності та програмні результати навчання, які визначені в [Стандарті вищої освіти зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» галузі знань 24 «Сфера обслуговування» для першого \(бакалаврського\) рівня вищої освіти та освітньо-професійній програмі «Готельно-ресторанна справа» галузі знань 24 «Сфера обслуговування» підготовки бакалаврів](#)

Інтегральна компетентність:

Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, вести здоровий спосіб життя.

Загальні компетентності:

***ЗК01.** Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, вести здоровий спосіб життя.*

***ЗК03.** Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.*

***ЗК04.** Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.*

***ЗК08.** Навики здійснення безпечної діяльності.*

***ЗК09.** Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.*

***ЗК10.** Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.*

Спеціальні компетентності:

***СК 02.** Здатність організувати сервісно-виробничий процес з урахуванням вимог і потреб споживачів та забезпечувати його ефективність*

***СК 03.** Здатність використовувати на практиці основи діючого законодавства в сфері готельного та ресторанного бізнесу та відстежувати зміни*

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

***СК 05.** Здатність управляти підприємством, приймати рішення у господарській діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу*

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

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

***СК 12.** Здатність ініціювати концепцію розвитку бізнесу, формулювати*

бізнес-ідею розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу

Програмні результати навчання:

ПРН 04. *Аналізувати сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності та рекреаційного господарства*

ПРН 07. *Організовувати процес обслуговування споживачів готельних та ресторанних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки*

ПРН 08. *Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами готельних та ресторанних послуг*

ПРН 11. *Застосовувати сучасні інформаційні технології для організації роботи закладів готельного та ресторанного господарства*

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

1.3 Міждисциплінарні зв'язки

Попередні: Філософія, Основи бізнес-комунікацій; Індустрія гостинності; Вища та прикладна математика процесів готельно-ресторанного бізнесу, послідовні: Організація готельного господарства; Організація ресторанного господарства, Стратегія розвитку підприємств готельного та ресторанного господарства.

1.4 Обсяг навчальної дисципліни в кредитах ЄКТС

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

Кількість кредитів ECTS - 4,0, годин - 120

Аудиторні заняття, годин:	всього	лекції	лабораторні	практичні
денна	42	16	-	26
заочна	16	8	-	8
Самостійна робота, годин				
денна	78			
заочна	104			

2. Зміст дисципліни

2.1 Програма змістовних модулів

Змістовий модуль 1. Основи маркетингу готельного і ресторанного господарства та інструменти проведення маркетингових досліджень

№ теми	Зміст теми	Годин	
		денна	заочна
1	Особливості маркетингу готельного і ресторанного господарства. Сутність маркетингу та основні поняття. Управління маркетингом та основні концепції управління. Складові маркетингового комплексу	2	1

2	Маркетингові дослідження. Маркетингове середовище: сутність, склад, характеристика. Поняття маркетингової інформації, вимоги, що ставляться до неї, класифікація, значення маркетингової інформації. Сутність, класифікація і процес маркетингових досліджень. Сегментації ринку. Стратегії охоплення ринку	4	1
3	Сутність та специфіка маркетингу послуг. Особливості сфери послуг. Специфіка маркетингу послуг. Характеристика послуг та їх класифікація	2	1
4	Цінова політика підприємств готельного та ресторанного господарства. Методи та стратегії ціноутворення ресторану. Основні методи та стратегії ціноутворення на ринку гостинності	2	1

Змістовий модуль 2. Маркетинговий комплекс підприємств індустрії туризму

1	Політика розповсюдження послуг підприємств готельного та ресторанного господарства. Особливості розподілу послуг підприємств готельного та ресторанного господарства. Розташування сервісного підприємства. Структура території обслуговування. Вибір розташування підприємства готельного та ресторанного господарства	2	2
2	Комунікаційна політика підприємств готельного та ресторанного господарства. Особливості просування послуг підприємств готельного та ресторанного господарства. Сутність просування послуг та його складові	2	1
3	Планування маркетингу підприємств готельного та ресторанного бізнесу. Маркетинговий план та його структура. Складові маркетингового плану. Розробка бюджету маркетингу послуг	2	1

2.2. Перелік практичних робіт

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
Змістовий модуль 1. Основи маркетингу готельного і ресторанного господарства та інструменти проведення маркетингових досліджень			
1	Закони, що діють на ринку (Попит. Закон попиту)	2	0,5
2	Закони, що діють на ринку (Пропозиція. Закон пропозиції)	2	0,5
3	Рівновага на ринку	2	0,5
4	Концепція маркетинг-мікс	2	0,5
5	Товар, як елемент комплексу маркетингу	2	1
6	Позиціонування товару	2	1
Змістовий модуль 2. Маркетинговий комплекс підприємств індустрії туризму			
1	Маркетингові дослідження конкурентів	2	0,5
2	Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку та можливостей підприємств	2	0,5
3	Сегментація ринку	2	0,5
4	Маркетингова інформація	2	0,5
5	Дослідження поведінки споживачів	2	0,5
6	Маркетингові комунікації	2	1

7	Мерчандайзинг і його роль в сучасному ресторанному господарстві	2	0,5
Разом		26	8

2.3 Перелік завдань до самостійної роботи

№	Назва самостійної роботи	Кількість годин за змістовим модулем			
		ЗМ1		ЗМ2	
		денна	заочна	денна	заочна
1.	Опрацювання лекційного матеріалу	10	15	12	15
2.	Підготовка до практичних занять	10	15	12	10
2.1	Перелік тем до практичних занять:				
	Роль маркетингу в стратегічному плануванні	2	2	-	-
	Сутність брендингу як процесу комплексного управління торговою маркою	2	2		
	Законодавчо-правове регулювання біржової діяльності	2	4	-	-
	Роль і місце біржової торгівлі у формуванні аграрного ринку	2	3	-	-
	Засоби реалізації маркетингу в готельному господарстві	2	4	-	-
	Інформаційні технології в маркетингу готельних підприємств	-	-	3	2
	Внутрішнє та зовнішнє середовище готельних підприємств	-	-	2	2
	Проблеми ресторанного бізнесу в Україні	-	-	2	2
	Стратегічні дослідження поведінки споживача	-	-	3	2
	Маркетингова збутова стратегія туристичних підприємств	-	-	2	2
3.	Опрацювання окремих розділів програми, які не виносяться на лекції	5	15	5	10
4.	Підготовка до контрольних заходів	10	13	14	11
Всього		35	58	43	46
Разом з дисципліни		денна		заочна	
		78		104	

3. Критерії оцінювання результатів навчання

Види контролю: поточний, підсумковий – екзамен

Нарахування балів за виконання змістовного модуля

Вид роботи, що підлягає контролю	Оцінні бали		Форма навчання					
			денна			заочна		
	Min д/з	Max д/з	Кільк. робіт, од.	Сумарні бали		Кільк. робіт, од.	Сумарні бали	
min				max	min		max	
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>

ЗАЛКОВИЙ КРЕДИТ 1

Змістовий модуль 1. Основи маркетингу готельного і ресторанного господарства та інструменти проведення маркетингових досліджень

Робота на лекціях	1	2	5	5	10	2	2	4
Робота на практичних заняттях	1	2	6	6	12	2	2	4
Опрацювання тем, не винесених на лекції	2	4	1	2	4	1	2	4
Підготовка до практичних занять	2	3	6	12	19	2	4	8
Виконання поточних контрольних робіт	10	13	1	10	13	1	10	15
Проміжна сума	–	–	–	35	58	–	20	35
Модульний контроль	25	35	1	25	42	1	40	65
Оцінка за змістовий модуль 1	–	–	–	60	100	–	60	100
Оцінка за заліковий кредит			60...100			60...100		
ЗАЛІКОВИЙ КРЕДИТ 2								
Змістовий модуль 2. Маркетинговий комплекс підприємств індустрії туризму								
Робота на лекціях	1	2	3	3	6	2	2	4
Робота на практичних заняттях	1	2	7	7	14	2	2	4
Опрацювання тем, не винесених на лекції	2	4	1	2	4	1	2	4
Підготовка до практичних занять	1	2	7	7	14	2	2	4
Виконання поточних контрольних робіт	15	20	1	15	20	1	15	25
Проміжна сума	–	–	–	34	58	–	23	41
Модульний контроль	26	37	1	26	42	1	37	59
Оцінка за змістовий модуль 2	–	–	–	60	100	–	60	100
Оцінка за заліковий кредит			60...100			60...100		

4. Інформаційні ресурси Базові (основні):

1. Маркетинг, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку [Текст] : кол. монографія / відп. ред. М. Р. Мардар ; відп. секретар О. В. Євтушок ; Одес. нац. акад. харч. технологій, Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. — Одеса : Лерадрук, 2020. — 757 с. : табл., рис. <https://elc.library.onaft.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONANT.1626597>
2. Організація готельно-ресторанної справи [Текст] : навч. посіб. / В. Я. Брич, І. О. Банєва, М. Ю. Барна та ін. ; за заг. ред. В. Я. Брича ; Тернопіл. нац. екон. ун-т. — Київ : Ліра-К, 2021. — 484 с. — Бібліогр.: с. 472-482. <https://elc.library.onaft.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONANT.1736956>
3. Основи інтернет-маркетингу [Текст] : навч. посіб. Ч. 1 / Н. Р. Кордзая. — Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2018. — 184 с. : табл., рис. — Бібліогр.: с. 176-180. <https://elc.library.onaft.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONANT-cnv.BibRecord.166974>
4. Управління сферою готельного господарства: теорія та практика [Текст] :

підручник / М. П. Мальська, В. Л. Кізіма, І. З. Жук ; Львів. нац. ун-т ім. Франка. — Київ : ЦУЛ, 2021. — 336 с. : табл., рис. — Бібліогр.: с. 238-250.

<https://elc.library.onaft.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONANT.1736473>

5. Конспект лекцій з курсу "Маркетинг готельного і ресторанного господарства" [Електронний ресурс] : для студентів ф-ту "Інноваційних технологій харчування і ресторанно-готельного бізнесу" спец. 241 "Готельно-ресторанна справа" ден. та заоч. форми навчання / Р. Р. Значек, Г. М. Лозовська, М. С. Статєва ; відп. за вип. В. В. Лагодієнко ; Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. — Одеса : ОНАХТ, 2022. — Електрон. текст. дані: 51 с.
<https://elc.library.onaft.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONANT.1729491>
6. Методичні вказівки до самостійної роботи з курсу "Маркетинг готельного і ресторанного господарства" [Електронний ресурс] : для студентів спец. 241 "Готельно-ресторанна справа" ступеня СВО "Бакалавр" ден. та заоч. форм навчання / Р. Р. Значек, Г. М. Лозовська, М. С. Статєва ; відп. за вип. В. В. Лагодієнко ; Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. — Одеса : ОНАХТ, 2022. — Електрон. текст. дані : 8 с.
<https://elc.library.onaft.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONANT.1729535>
7. Методичні вказівки для практичних занять з курсу "Маркетинг готельного і ресторанного господарства 1 модуль" [Електронний ресурс] : для студентів спец. 241 "Готельно-ресторанна справа" СВО Бакалавр ден. та заоч. форми навчання / Т. М. Черевата, Р. Р. Значек, М. С. Статєва ; відп. за вип. В. В. Лагодієнко ; Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. — Одеса : ОНАХТ, 2020. — Електрон. текст. дані : 46 с.
<https://elc.library.onaft.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONANT.1441584>
8. Методичні вказівки для практичних занять з курсу "Маркетинг готельного і ресторанного господарства 2 модуль" [Електронний ресурс] : для студентів спец. 241 "Готельно-ресторанна справа" СВО Бакалавр ден. та заоч. форми навчання / Т. М. Черевата, Р. Р. Значек, М. С. Статєва ; відп. за вип. В. В. Лагодієнко ; Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. — Одеса : ОНАХТ, 2020. — Електрон. текст. дані : 47 с.
<https://elc.library.onaft.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONANT.1441383>

Додаткові:

1. Власова Н.О., Гросул В.А., Краснокутська Н.С. Економіка торгівлі: навч. посіб.; Харків. держ. ун-т харчування та торгівлі. Харків: Світ Книг. 2015. 473 с.
2. Микитюк П.П., Крисько Ж.Л., Овсянюк-Бердадіна О.Ф., Скочиляс С.М. Інноваційний розвиток підприємства: навч. посіб. Тернопіль: Принтер Інформ, 2015. 224 с.
3. Ларіна Я.С., Бабічева О.І., Забуранна Л.В. Маркетинг міжнародного

- туризму: навч. посіб. Херсон: Видавничий дім "Гельветика". 2019. 412 с.
4. В`юн В.Г., Кіщак І.Т., Шевчук С.П. Організація і методика маркетингових досліджень: навч.-метод. посіб. для самост. вивчення. Миколаїв. нац. ун-т ім. В. О. Сухомлинського. Миколаїв: Іліон. 2015. 312 с.