

Державний торговельно-економічний університет

*факультет ресторанно-готельного та
туристичного бізнесу*

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПАКЕТ

ЄВРОПЕЙСЬКА КРЕДИТНО-ТРАНСФЕРНА СИСТЕМА (ЄКТС)

Освітній ступінь
Галузь знань
Спеціальність
Освітня програма

магістр
07 Управління та адміністрування
073 Менеджмент
«Лакшері менеджмент і маркетинг»



КИЇВ 2023



МАЗАРАКІ АНАТОЛІЙ АНТОНОВИЧ

Ректор, доктор економічних наук, професор, академік Національної академії педагогічних наук України, заслужений діяч науки і техніки України, лауреат Державної премії України в галузі науки і техніки, лауреат Премії Кабінету Міністрів України за розроблення і впровадження інноваційних технологій, голова наукової секції «Економіка» МОН України, голова редколегій журналів: «SCIENTIA FRUCTUOSA», «Товари та ринки», «Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право», член редколегії журналу «Економіка України»



ЗАВІДУВАЧ КАФЕДРИ

БОЙКО
МАРГАРИТА ГРИГОРІВНА

Доктор економічних наук, професор



ГАРАНТ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

БОСОВСЬКА
МИРОСЛАВА ВЕЛІКСІВНА

Доктор економічних наук, професор

Місія кафедри: підготовка висококваліфікованих інтелектуально розвинених професіоналів нового покоління, які володіють лідерськими якостями та орієнтовані на успіх, спроможні приймати ефективні управлінські рішення, розвивати сферу гостинності на основі найкращих професійних традицій та світових трендів.

Освітні програми кафедри:

	СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ	БАКАЛАВР		МАГІСТР	
		денна	заочна	денна	заочна
073 МЕНЕДЖМЕНТ	Менеджмент туристичного та готельно-ресторанного бізнесу	■	■		
	Менеджмент і бізнес-адміністрування у сфері гостинності			■/A	■
	Лакшері менеджмент і маркетинг			■	■
241 ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА	Готельно-ресторанна справа	■/A	■		
	Міжнародний готельний і ресторанный бізнес			■/A	■
	Готельний і ресторанный девелопмент			■	■

Навчання здійснюється українською та англійською (A) мовами.

Знайомтесь із найпопулярнішою спеціальністю у світі!

Гостинність (Hospitality) – це сфера, до складу якої входять готельний та ресторанний бізнес, індустрія розваг та організації подій різного рівня, індустрія люксових брендів, фінанси, подорожі, туризм, кулінарне мистецтво та ін.

Гостинність – галузь світової економіки, невід'ємна частина світового ринку послуг.

Гостинність – це можливість побудувати міжнародну кар'єру у глобальній сфері:

СФЕРА ГОСТИННОСТІ У ЦИФРАХ

- \$500 млрд. глобальний дохід
- \$277 млн. людей працюють у сфері гостинності, це кожна 11 робота на планеті
- 30% світового ринку послуг
- 284 млн. робочих місць
- 89% випускників у сфері гостинності займають управлінські посади або створюють власні компанії протягом 5 років після закінчення навчання
- 99% випускників програм навчання у сфері гостинності працевлаштовуються
- 73% випускників працюють у сфері туризму, гостинності та ресторанного бізнесу

Особливості освітніх програм у сфері гостинності:

- інноваційна філософія формування змісту професійно-орієнтованих дисциплін;
- можливість навчання англійською мовою та вивчення декількох іноземних мов;
- запровадження дуальної форми навчання;
- вивчення інноваційних цифрових технологій завдяки спеціалізованим ліцензійним програмним продуктам професійного спрямування;
- інтерактивні виїзні практичні заняття;
- залучення до викладання представників та експертів у сфері готельного та ресторанного бізнесу, управління, економіки, маркетингу; проведення майстер-класів та лекцій від професіоналів на постійно діючій онлайн-платформі «FRGTB SAY SPEAKERS»;
- щорічне, оплачуване професійне стажування у світових готельних та ресторанних мережах з отриманням міжнародних сертифікатів;
- набуття практичних навичок ініціювання, обґрунтування та розвитку стартап-проектів у готельному та ресторанному бізнесі.
- можливість подорожувати та комунікувати з цікавими людьми з різних країн; вивчати секрети сервісології провідних шкіл гостинності;
- планувати кар'єрне зростання та професійний розвиток, у т.ч. на міжнародному рівні;
- відкрити власний бізнес;
- стати успішним готельєром або ресторатором.

Партнери освітніх програм – провідні вітчизняні та міжнародні готельні оператори та ресторанні мережі:

Готелі міжнародних та українських брендів: Fairmont, Hilton, Holiday Inn Kiev, Hyatt Regency Kyiv, Ibis Kiev City, InterContinental, Radisson Blu, Ramada Encore, «Опера», дизайн-готель «11 Mirrors», апарт-готель «Senator», Premier International, Reikartz Hotel Group.

Готельно-ресторанні комплекси: «Selfish club», «Трипільське Сонце» та ін.

Бази стажування та практики: у міжнародних готельних і ресторанних мережах України, Болгарії, Туреччини, Словаччини, Хорватії, Італії, Франції, ОАЕ та ін.



ЛАКШЕРІ МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ

*Розкіш — це необхідність, яка починається там,
де закінчується необхідність*
Коко Шанель

Магістерська програма «**Лакшері менеджмент і маркетинг**» – перша та єдина в Україні магістерська програма підготовки фахівців для сфери сервісу елітарного та преміального рівнів!

Це унікальна можливість для студентів отримати потужну сучасну освіту у високо-прибутковому перспективному сегменті бізнесу у традиціях кращих світових та європейських бізнес-шкіл.

У програмі враховано досвід підготовки фахівців Університетом Ріджентс (Велика Британія), Міжнародного університету Монако, Бізнес шкіл «CATYLICA-LISBON» (Португалія), Emlyon business school, Rennes school of business, Grenoble ecole de management (Франція) та ін.

Метою освітньої програми «**Лакшері менеджмент і маркетинг**» є підготовка фахівців із обслуговування VIP-споживачів у сегменті елітних товарів, сфері ексклюзивних послуг, набуття умінь та знань для роботи з продукцією класу «преміум», із визнаними в усьому світі брендами.

Працювати у сфері Лакшері – це престижно та прибутково!

Випускники програми збалансовано володітимуть аналітичними, інформаційними, сервісними технологіями управління у ключових питаннях організації, моделювання та управління сервісними системами преміум рівня.

Під час навчання студенти опановують знання з розроблення та впровадження новітніх моделей організації luxury сервісу, формування пакетних пропозицій luxury туризму, технологій високої кухні преміум-рітейлу; вивчають психологію поведінки VIP-споживачів, тренди високої моди, архітектуру та дизайн, ексклюзивні концепції сервісного обслуговування, дизайн елітних товарів та послуг, управління елітною нерухомістю. Студенти набудуть умінь комунікувати іноземною мовою, здійснювати експертизу коштовностей та антикваріату, культурних цінностей, знатимуть міжнародний протокол та етикет.

Ми гарантуємо, що випускники програми «**Лакшері менеджмент і маркетинг**» вирізнятимуться підприємливістю, етичним ставленням до ведення бізнесу, будуть конкурентоспроможними на ринку праці і готові успішно працювати у бізнес-середовищі національного і глобальному рівнів; матимуть високу професійну затребуваність серед роботодавців.

Особливості освітньої програми:

- унікальна для України інноваційна програма, націлена на підготовку професіоналів-креативників, новаторів і фахівців з питань управління та моделювання сервісних систем елітарного, преміального та luxury рівня.
- програма практико-орієнтована: для викладання окремих курсів залучаються фахівці-практики у сфері luxury сервісу та рітейлу, а також організуються майстер-класи, семінари, що проводяться топ-менеджерами провідних власників елітної готельної нерухомості, дизайнерів, шеф-кухарів.
- процес навчання дозволяє гнучко вибудовувати кар'єрну траєкторію для цього існує можливість вибору дисциплін;
- розвиток освітньої програми відповідно до сучасних потреб.
- студенти вивчають і мають можливості самостійно обирати актуальні дисципліни для їх професійного зростання

УПРАВЛІННЯ ЛАКШЕРІ СЕРВІСОМ

Поняття стилю і смаку досить умовне. Справа не в тому, що у одних смак хороший, а в інших ні, а в тому, що саме підходить кожній окремій людині

Келлі Хоппен



Мета дисципліни – формування у студентів знань та вмінь управління Luxury сервісом в готелях, організації іманентних характеристик Luxury сервісу в готелях, ознайомитись з правилами організації господарських та виробничо-побутових приміщень у готелі. Набуття навичок реалізації сервісних-процесів у Luxury готелях, інноваційних технологій готельного та ресторанного обслуговування, організації праці персоналу.

Стислий зміст:

Філософія розкоші в готельному бізнесі. Американська та європейська моделі розкоші. Концепція розкоші Веблена. «Нова концепція» розкоші M.J. Silverstein, N. Fiske, J. Butman. Критерії оцінки та елементи розкоші. Моделі бізнесу LRHs. Еволюція та сучасні тренди глобальних та локальних ринків Luxury готелів. Формування глобального інтересу споживачів до готелів «Luxury» сегменту. Світовий рейтинг готелів «Luxury» сегменту. Аналітика «The World Luxury Index», «Forbes Travel Guide Star Awards», «Smith Travel Research» щодо кон'юнктури сегменту готелів категорії «Luxury». Фактори, що впливатимуть на розвиток Luxury сервісу.

Сервісні-процеси Luxury готелів: бронювання (Reservation); реєстрація (Check in Procedure) та розміщення (Accommodation); сервіс під час проживання (Staying); виселення (Check out). Принципи персоналізації послуг для клієнтів преміум-сегменту. Мобільні технології у Luxury сегменті. Використання мобільних готельних додатків для підвищення ефективності обслуговування: Hoteza Mobile, Hoteza, App Store, Play Market. Організація роботи щодо прийому та відправлення багажу. Стандарти екоклінінгу у Luxury готелях. Портфель послуг для luxury сегментів. Особливості організації консьєрж-сервісу в Luxury готелях. Віртуальний консьєрж-сервіс. Формат сервісу «24/7». Готельний FAQ. Батлер-сервіс в Luxury готелях. Технологія взаємодії батлера, консьєржа і гостя.

Ресторанний luxury сервіс. Професійні стандарти ексклюзивного сервісу клієнтів лакшері сегменту. Технологія Upselling. Room-service. Алгоритм роботи працівників RS, аменітіс (VIP-компліменти). Демаркація взаємовідносин в сегменті luxury сервісу. Корпоративна репутація готелю в системі формування корпоративного стандарту сервісу. Створення сервісної культури. Формування партнерських мереж «Luxury сервіс» у готельному бізнесі.

Функції представницького менеджера (front liner). Крос-культурний фактор у Luxury готелях.



УПРАВЛІННЯ ЛАКШЕРІ ТУРИЗМОМ

Життя під час подорожі - це мрія у чистому вигляді
Агата Крісті

Мета дисципліни – знання щодо особливостей надання туристичних послуг в luxury сегменті; географії елітарного, преміального та luxury туризму; правил розроблення й забезпечення програм елітарного, преміального та luxury відпочинку в різних видах туризму; та вміння застосувати нові форми та методи програмного обслуговування елітарного, преміального та luxury сегментів; обґрунтування нових підприємницьких ініціатив у курортному бізнесі; виконання правил оформлення документів туристів/ рекреантів.

Стислий зміст:

Феномен сучасного luxury туризму. Особливості глобального і локальних ринків luxury туризму. Специфічні вимоги до luxury туризму. Демонстративне споживання як джерело прибутку в туристичному бізнесі. Цінності люкс-споживачів: emotion experience, sex appeal, особистісний ріст і культурні амбіції. Таксономія «багатство - потреба в статусі». Сегментація ринку luxury туризму.

Планування індивідуальних туристичних подорожей VIP-туристів. Тури: мистецтво, історія, шопінг. Транспортне забезпечення елітарних подорожей. Поняття luxury дестинації та її ознаки. Процес формування luxury дестинації. Спеціалізація luxury дестинацій. Преміум-круїзи, їх інфраструктура та стандарти обслуговування на борту круїзного судна. Яхтовий туризм і особливості його організації. Організація програм грального туризму для luxury сегменту. Поняття та класифікації пригодницького туризму. Поняття сафарі та організація сафарі-турів. Острівний туризм і тури «на виживання». Арктичні й антарктичні тури, їх організація та інфраструктурне забезпечення. Екстримальний дайвінг. Поняття космічного туризму та його історія. Центри та технології підготовки космічних туристів. Обслуговування космічних туристів.

Світові мережі обміну курортами. Гольф-туризм і гольф-тури. Гольф поля та вимоги до їх інфраструктури. Гольф-спорядження та інвентар. Особливості організації гольф-турів. Географія гольф-туризму. Нові види та форми організації видів спорту luxury сегменту. Кінні клуби та конюшні як елементи організації luxury-дозвілля. Аква-клуби та інфраструктура клубів любителів водних видів спорту. Спеціалізовані парки і заповідники. Клуби атракціонів, аква-парки, ресурси водної культури відпочинку. Особливості концепції «Spa&Wellness» і контексті оновлених концепції добробуту, концепції якості життя та концепції щастя. Складові концепції та основні індикатори Wellness-туризму. Зміст і особливості MICE-туризму. Luxury сегмент MICE-туризму. Структури ринку ділового туризму, основних секторів в галузі туризму та гостинності, задіяних при організації і реалізації бізнес-турів, дестинації ділового туризму, географія турпотоків ділового туризму.

ЕЛІТНІ ТОВАРИ

*Розкіш — це необхідність, яка починається там,
де закінчується необхідність».*

Коко Шанель



Мета дисципліни - розуміння сутності поняття luxury товарів та їх відмінні особливості; класифікацію брендів і марок на ринку фешн-індустрії; ознаки, що дозволяють відрізнити товари від кутюр, прет-а-порте де люкс, прет-а-порте, дифузні і бридж-бренди; мотиви споживання елітних товарів; асортимент та відмінні особливості дизайнерських товарів; характеристики брендів у категорії luxury; характеристики логотипів відомих брендів luxury товарів.

Стислий зміст:

Загальні поняття про luxury товари. Властивості та якісні характеристики елітних товарів. Ексклюзивні ювелірні вироби. Елітні годинники. Антикваріат. Елітний одяг на ринку фешн-індустрії. Постільна та столова білизна класу Luxe. Взуття категорії Luxury. Елітні галантерейні вироби. Елітна парфумерія та косметика. Елітний столовий посуд та художньо-декоративні вироби. Елітні електронні товари та музичні інструменти. Елітні товари для спорту. Елітні транспортні засоби. Будівельні товари преміум класу. Електротовари класу «преміум» та «люкс». Елітні алкогольні напої. Продовольчі товари сегменту Luxury.

ЕСТЕТИКА ТОВАРІВ ТА ДИЗАЙН

Естетика товарів та дизайн – це можливість перетворити будь-який товар з простого предмету побуту у витвір мистецтва

Мета дисципліни - Формування системи спеціальних теоретичних знань щодо основних тенденцій розвитку художніх стилів, дизайну, композиції, аналізу та оцінки естетичних властивостей товарів.

Стислий зміст:

Основи естетики: поняття, становлення та розвиток, категорії естетики, художні стилі світової культури та мода. Система художнього конструювання товарів (дизайн), його роль в утворенні промислових виробів та предметного середовища. Поняття про форму товару як про об'єкт дизайну; характеристика первинних елементів форми виробів (геометричний вигляд, величина, маса, текстура, фактура, декор, колір). Композиція товарів: прийоми та засоби композиції. Естетичні властивості товарів: комплексні та одиничні показники; види та методи оцінки естетичних властивостей.

ПОВЕДІНКА VIP-СПОЖИВАЧІВ



Мета дисципліни - формування у студентів комплексу теоретичних знань і практичних навичок з аналізу та впровадження у розв'язання практичних завдань основних закономірностей поведінки споживачів на ринку розкоші та преміальних товарів.

Стислий зміст:

Поняття споживання в економіці, маркетингу, культурі та персональному житті. Детермінанти споживчої поведінки, процеси ухвалення рішення про купівлю. Показове споживання. Мода та моделі персонального впливу на процес споживання. Роль лідерів думок, ікон стилю, тренд сетерів у формуванні стереотипів споживання. Особливості маркетингу розкоші. Методи дослідження проявів поведінки споживачів, сегментація на основі вигоди, соціальної стратифікації, поведінкових моделей.



УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ДЕСТИНАЦІЯМИ

Ніщо так не збагачує, як мандрівки
М. Реріх

Мета дисципліни - засвоєння студентами теоретичних основ формування механізмів створення та розвитку туристських дестинацій, а також опанування ними практичних навичок управління туристськими дестинаціями.

Стислий зміст:

Теоретичні засади формування та розвитку туристських дестинацій, методологія досліджень туристських дестинацій, конкурентоспроможність туристської дестинації, управління поведінкою споживачів туристичного продукту дестинації, інституалізація управління туристськими дестинаціями, маркетинг туристських дестинацій, туристська дестинація як категорія сталого розвитку туризму.



ЕКСПЕРТИЗА КОШТОВНОСТЕЙ ТА АНТИКВАРІАТУ

Є цінності, яким немає ціни
Майя Борисова

Мета дисципліни – формування теоретичних знань та вироблення практичних навичок в оволодінні експертним інструментарієм з ідентифікації, атрибуції, оцінки якості, автентичності, прогнозування вартості коштовностей та антикваріату.

Стислий зміст:

Загальні термінологічні визначення та законодавча база у сфері експертизи коштовностей та антикваріату; взаємодія експерта та споживача експертних послуг, обов'язки та відповідальність; загальна класифікація коштовностей та антикваріату й спеціальні класифікації; порядок роботи експерта; аналіз ринків коштовностей та антикваріату; порівняльний аналіз в практиці експертної діяльності; автентичність коштовностей та антикваріату; оцінка коштовностей та антикваріату; експертиза та оцінка дорогоцінних, напівдорогоцінних та декоративних каменів; експертиза декоративно-ужиткових та історичних пам'яток; експертиза творів образотворчого мистецтва та інформаційних пам'яток; експертиза природних пам'яток.

ТЕХНОЛОГІЇ ВИСОКОЇ КУХНІ



Ресторан - це корабель, і кожен член екіпажу повинен знати своє місце і відчувати, з якого боку дме вітер. Важливо пам'ятати, що універсального рецепту немає, тому творіть, пробуйте щось нове. І, може, тоді, вас чекатиме нагорода

Поль Бокюз

Мета дисципліни - формування у майбутніх фахівців теоретичних знань, практичних навичок щодо сучасних тенденцій розвитку ресторанних технологій в Україні та світі.

Стислий зміст:

Haute cuisine (висока кухня). Міжнародні кулінарні рейтинги. Путівники Le Guide Michelin, Gault Millau, San Pellegrino World's 50 Best Restaurants – рейтингова система оцінки закладів ресторанного господарства. Ексклюзивна сировина для страв високої кухні. Технологічні властивості ексклюзивної сировини: її значення у харчуванні. Кулінарна смакова комбінаторика страв високої кухні. Фудпейрінг (Foodpairing) як один із напрямів створення страв високої кухні. Ексклюзивна сировина для страв високої кухні. Кулінарна ароматична комбінаторика страв високої кухні. Харчові афродизіаки у високій кухні.

Особливості технології страв високої (ф'южн) кухні. Авторська кулінарія : сучасні тренди. Асортимент і технології ексклюзивних ресторанних десертів. Особливості дизайну ресторанних страв. Food Design. Арт-елементи «showpiece» у кулінарному мистецтві. Карвінг як мистецтво декорування у технології високої кухні. Квіткова гастрономія в кулінарному дизайні. Правила між-народних і вітчизняних змагань з кулінарного мистецтва. Всесвітня асоціація кулінарних союзів (World Association of Chefs Societies, WACS). Заходи демонстрації визнання гостя і готовності надання послуги зверх очікуваної.



HEALTH ТУРИЗМ

Мета дисципліни - засвоєння основних теоретичних положень, формування вмій та компетенцій щодо організації туризму здоров'я; визначення основних туристичних дестинацій світу, що спеціалізуються на туризмі здоров'я.

Стислий зміст:

Сутність та особливості розвитку туризму здоров'я, особливості просторової структури туризму здоров'я, різні напрямки, медичні інститути та соціальні структури, придатні для туризму здоров'я, особливості туризму здоров'я в різних країнах, регіонах, континентах, теоретичні основи туризму здоров'я, галузева та просторова структури туризму при лікуванні наркоманії, галузева та просторова структури офтальмологічного туризму, бариатричного та судинно-хірургічного туризму, трансплантації кісткового мозку, ревматології та ортопедичного хірургічного туризму, лікування раку, кардіохірургії та кардіологічного туризму, косметичної хірургії та дерматології, естетичного нехірургічного, трансплантаційного туризму, туризму стоматологічної допомоги, сімейної медицини, педіатричного та ферментативного туризму, неврології та нефрологічного туризму, психіатричного туризму, пульмонології, отоларингології, ендокринології та гастроентерологічного туризму, імунології та туберкульозу, туризму спортивної медицини, галузева та просторова структури охорони здоров'я в Європі та Америці в Азії та на Близькому Сході.



МАРКЕТИНГ ВИСОКОЇ МОДИ

*Мода – це не про лейбли. І не про бренди.
Це про щось іще, що відбувається всередині нас*
Ральф Лорен

Мета дисципліни – формування у студентів сучасної цілісної системи теоретичних знань та практичних навичок щодо особливостей здійснення маркетингової діяльності в сфері високої моди.

Стислий зміст:

Сутність маркетингу високої моди. Історія високої моди. Синдикат високої моди. Тенденції розвитку ринку високої моди. Моделі поведінки споживачів товарі класу люкс. Маркетингові дослідження в сфері високої моди. Прогнозування в індустрії моди. Сегментування fashion-ринку та позиціонування товарної пропозиції. Стратегії маркетингу в сфері високої моди. Маркетингові засади розробки модного продукту. Креативний дизайн. Етапи створення сезонної колекції. Ціноутворення fashion-брендів. Маркетингове розподілення в індустрії моди. Маркетингові комунікації високої моди. Бренд-менеджмент у сфері високої моди.

ЕКСПЕРТИЗА КУЛЬТУРНИХ ЦІННОСТЕЙ



*Знай: не буде ситий плотським дух
Г. Сковорода, пісня 11-а*

Мета дисципліни — надання студентам теоретичних знань та вироблення практичних навичок в оволодінні експертним інструментарієм з ідентифікації, атрибуції, оцінки якості, автентичності, прогнозування вартості культурних цінностей.

Стислий зміст:

Загальні поняття про культурні цінності; ідентифікація, атрибуція, облік і паспортизація культурних цінностей; нормативно-правове забезпечення експертизи та оцінки культурних цінностей; загальна класифікація культурних цінностей; товарознавчі аспекти оцінювання культурних цінностей; теоретико-методологічні засади ідентифікаційної експертизи та експертизи автентичності культурних цінностей; загальні відомості про шкали для оцінки якості культурних цінностей; експертиза видових пам'яток культури; основи прогнозування вартості культурних цінностей; технологія оцінки культурних цінностей.



УПРАВЛІННЯ ТА ЕКОНОМІКА ЕЛІТНОЇ НЕРУХОМОСТІ

Мета дисципліни - набуття знань щодо теоретичних засад та практичного інструментарію обґрунтування розвитку об'єктів елітної нерухомості з врахуванням стану ринку, державного регулювання й економічної ефективності.

Стислий зміст:

Економічна сутність елітної нерухомості. Ринок елітної нерухомості та його особливості. Управління елітною нерухомості. Оцінка вартості елітної нерухомості. Інвестування та фінансування об'єктів елітної нерухомості. Девелопмент об'єктів елітної нерухомості.

REVENUE МЕНЕДЖМЕНТ



*Не варто боятися великих витрат,
варто боятися маленьких доходів*

Мета дисципліни — формування системи теоретичних знань, практичних умінь і навичок використання моделей управління доходами, аналітичних технологій щодо оптимізації та максимізації доходності суб'єкта готельного бізнесу на основі прогнозування поведінки споживача та стимулювання попиту.

Стислий зміст:

Концепція «Revenue менеджменту» як аналітичної технології управління доходами; теоретичні та методологічні положення «Revenue менеджменту» як базису для розроблення та застосування у практичній діяльності методик забезпечення продажів оптимальної кількості номерів готелю за максимальною ціною через найбільш ефективні канали збут; фактори, що впливають на ефективність методів «Revenue менеджменту» та забезпечують успішність функціонування готелю; методи, техніки, моделі щодо застосування практичних та ефективних підходів до формування справедливої ринкової вартості готельної послуги як товару, розробки гнучкої політики ціноутворення, визначення недостатнього рівня доходів готелю; «Revenue менеджмент» як система управління готелю з дотриманням етичних принципів взаємовідносин.

**БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ**

Бренд-менеджмент – це пошук декількох двигунів для управління брендами

Мета дисципліни - формування системи теоретичних та практичних знань щодо сутності діяльності компанії сфери обслуговування з формування сильного бренду та ефективності бренд-менеджменту.

Стислий зміст:

Поняття та сутність бренд-менеджменту; суб'єкти бренд-менеджменту; керівник компанії як бренд-менеджер; бренд як об'єкт управління; функції бренду; моделі бренду; система управління розвитком бренду; планування бренду; формування архітектури бренду; інформаційне забезпечення бренд-менеджменту; організація бренд-менеджменту; контроль ефективності бренд-менеджменту; комунікаційне забезпечення формування бренду.

HR-МЕНЕДЖМЕНТ ГОТЕЛІВ І РЕСТОРАНІВ

Ключ до успіху в бізнесі - в людях та інноваціях

Мета дисципліни — формування системи теоретичних, методологічних та прикладних щодо HR-менеджменту готелів і ресторанів, розвиток практичних навичок, спрямованих на вирішення завдань щодо успішної реалізації теоретичних та методичних положень HR-менеджменту у готельному та ресторанному бізнесі.

Стислий зміст:

Теоретичні засади HR-менеджменту; організування діяльності та функції служб HR-менеджменту; персонал у системі HR-менеджменту; HR-політика та HR-стратегія; планування персоналу готелів і ресторанів; наймання та адаптація персоналу готелів і ресторанів; оцінювання та розвиток фахових компетентностей персоналу готелів і ресторанів; вивільнення персоналу готелів і ресторанів; організаційна поведінка та командний HR-менеджмент готелів і ресторанів; результативність HR-менеджменту.



ТЕХНОЛОГІЇ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

Світ вже ніколи не буде колишнім

Мета дисципліни — формування системи теоретичних знань та практичних навичок застосування сучасних цифрових технологій, принципів, методів та інструментів у маркетинговій діяльності підприємств.

Завдання дисципліни:

- опанувати теоретичні та організаційні основи цифрових технологій, їх роль у маркетинговій, цінovій та збутовій діяльності підприємства;
- оволодіти практичними навичками роботи впровадження інструментів цифрових технологій у маркетингові дослідження;
- формування практичних навичок впровадження інструментів цифрового маркетингу.

Стислий зміст:

Поняття та інструменти цифрових технологій. Цифрові технології в товарній та цінovій політиці. Цифрові технології в системі розподілу. Цифрові технології в маркетингових комунікаціях. Цифрові технології в маркетингових дослідженнях. Цифрові технології маркетингового аналізу

ФУД-ДИЗАЙН

Гармонія смаку, аромату, образу та відчуттів



Мета дисципліни — навчальна дисципліна спрямована на ознайомлення студентів із сутністю фінансових техноМета дисципліни - опанування студентами теоретичних знань і сучасних практик дизайну авторської ресторанної продукції, розвиток вмінь щодо діагностики і проектування технологічних систем, впровадження нових технологічних процесів з використанням ексклюзивних інгредієнтів, інноваційних підходів до комбінаторики смаку і аромату, фудпейрінгу, технік, стилів і технологій кулінарного дизайну, враховуючи особливості розвитку сучасних ресторанных трендів

Стислий зміст:

фуд-дизайн: основні поняття, терміни та визначення; сучасні тренди авторського дизайну ресторанної продукції; архітектоніка у фуд-сервіс дизайні: теоретико-практичні засади; колористика у фуд-дизайні закладів HoReCa; айдентика у створенні бренду закладу, дизайн візуалів; флористика у фуд-дизайні; наукові основи та практичне застосування кулінарної комбінаторики у дизайні ресторанної продукції; foodparing: інноваційна молекулярна теорія смакових поєднань; техніки дизайну ресторанної продукції; стилі та технології дизайну ресторанної продукції; сучасні тренди дизайну кондитерської та десертної продукції



ПЛАТІЖНІ СИСТЕМИ

*Хто говорить мовою грошей,
буде зрозумілий у будь-якій країні*
Афра Бен

Мета дисципліни - засвоєння концепції функціонування платіжних систем та особливостей обслуговування VIP-клієнтів, практичними навичками здійснення переказу коштів за допомогою банківських, небанківських систем та мережі Інтернет; вміти проводити порівняльний аналіз платіжних систем та здійснювати вибір оптимальної платіжної системи, оцінювати роботу міжнародних та національних платіжних систем, проводити платіжні операції за допомогою різних типів платіжних інструментів та систем, включаючи інструменти преміум-класу, оцінювати ризики проведення операцій у платіжних системах та запобігати шахрайству.

Стислий зміст:

Загальна концепція платіжних систем. Платіжні інструменти. Технологічна інфраструктура платіжних систем. Міжнародні та зарубіжні платіжні системи. Карткові платіжні системи. Платіжні системи туризму та розваг (American Express, Diners Club). Національні платіжні системи України. Платіжні системи переказу коштів фізичних осіб. Платіжні системи в мережі Інтернет. Безпека платіжних систем. Тенденції розвитку платіжних систем.

СТРАХОВІ ПОСЛУГИ

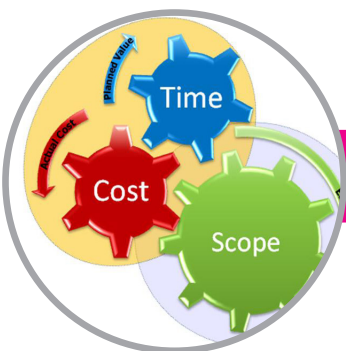


*Якісні страхові послуги –
надійний захист щасливого життя й успішного бізнесу*

Мета дисципліни - формування теоретичних знань та практичних навичок щодо: специфіки страхових програм для Luxury-індустрії; розрахунків показників, необхідних страхувальнику як обізнаному споживачу страхових послуг.

Стислий зміст:

Сутність, принципи та класифікація страхування. Страхові ризики у Luxury-індустрії. Страховий ринок, його учасники та особливості їх послуг. Страхові послуги з особистого страхування для клієнтів та працівників ресторанного бізнесу, SPA-салонів. Сучасні програми медичного страхування для VIP-клієнтів. Страхові послуги для сфери гостинності та відпочинку (готелів, торговельних центрів, індустрії розваг). Страхові програми захисту майна для корпоративних та VIP-клієнтів (предметів розкоші, колекцій та антикваріату). Ексклюзивні програми автострахування. Сучасні IT-технології при наданні страхових послуг для Luxury-індустрії.



ЦІННІСНО ОРІЄНТОВАНЕ УПРАВЛІННЯ

*Цінність є всеосяжною, що визначає сенс і всього світу в цілому,
і кожної особи, і кожної події, і кожного вчинку*

Мета дисципліни – формування наукового економічного світогляду, вміння аналізувати і прогнозувати економічні ситуації на різних рівнях управління господарюючими суб'єктами у контексті визначення стратегічних управлінських завдань щодо максимізації цінності підприємства для всіх складових соціо-економічної системи.

Стислий зміст: понятійне поле теоретичного базису ціннісно орієнтованого управління; економічні передумови застосування теорії цінності в управлінні підприємствами; характеристика функцій цінностей в управлінні підприємствами. об'єкти, суб'єкт, мета, завдання, напрями реалізації та система принципів ціннісно орієнтованого управління; концепція побудови системи ціннісно орієнтованого управління. інтегрована система оцінювання соціально-економічної цінності підприємства; формування соціально-економічної цінності підприємства; дослідження моделі економічної поведінки споживача як інформаційно-аналітична основа формування системи оцінювання споживчої цінності продукту (послуги) підприємства; методичні основи оцінювання цінності клієнтської бази підприємства.

ДОГОВІРНЕ ПРАВО

Право - це все те, що істинно і справедливо



Мета дисципліни – розширення і поглиблення знань студентів у теоретичних основах договірного права, а саме: набути навичок в формуванні правової природи господарсько-правових зобов'язань.

Стислий зміст:

Предмет, метод та система договірного права; основні принципи договірного права; джерела договірного права; суб'єкти договірного права; зобов'язання та договір в господарському договірному праві; види господарських договорів за законодавством України; договори направлені на передачу майна у володіння та тимчасове користування щодо виконання робіт та надання послуг.



ПСИХОЛОГІЯ ІМІДЖУ

Психологія іміджу – образ, престиж, репутація

Мета дисципліни — вміння здійснювати психологічний аналіз іміджу, досліджуючи можливості застосування до його вивчення найбільш прогресивних методів психологічної науки, та надавати психологічну допомогу керівному складу фірми, організації і працівникам у формуванні їх іміджу

Стислий зміст:

Соціально-психологічна природа іміджу. Типологія іміджу, його види. Іміджологія. Імідж як результат суб'єкт-суб'єктної взаємодії. Імідж як символічний образ. Психологічний інструментарій для формування іміджу. Провідні вимоги до іміджу. Технології формування іміджу. Принципи створення позитивного іміджу. Імідж у системі індивідуальної поведінки і соціального впливу. Структура та особливості індивідуального іміджу. Соціальні ефекти сприйняття іміджу. Груповий, корпоративний і предметний імідж. Створення вербального та кінетичного іміджу. Керування процесом формування першого враження. Самоменеджмент – стратегія формування ділового іміджу. Керування стресом і успіх у діяльності. Гігієна здоров'я і профілактика стомлюваності ділової людини. Технології просування особистісного іміджу. Позиціонування особистісного іміджу. PR-діяльність. Форми і види комунікативних презентацій.



КРИПТОВАЛЮТНИЙ РИНОК

Не купуйте те, чого не знаєте

**Чанпен Чжао, Ген. директор найбільшої у світі
криптовалютної біржі Binance**

Мета дисципліни — створенні умов для засвоєння студентами знань щодо знань у сфері функціонування криптовалютного ринку.

Стислий зміст:

Теоретичні засади функціонування криптовалютного ринку. Інституційне середовище криптовалютного ринку. Особливості функціонування біржового криптовалютного ринку. Вплив криптовалют на монетарну політику і фінансову безпеку банківських систем. Управління ризиками на криптовалютному ринку. Регулювання криптовалютного ринку.

АНТИКРИЗОВА ПСИХОЛОГІЯ



*Успіх – це здатність крокувати від однієї невдачі до
іншої, не втрачаючи ентузіазму*
Вінстон Черчилль

Мета дисципліни - оволодіти знаннями з феноменології криз духовного розвитку людини з урахуванням специфіки переживання кризового стану або «дисонансу» в ситуації невизначеності, непередбачуваності та горя; сформувані компетентності щодо використання антикризових методів психокорекції, психологічної допомоги при переживанні кризового стану особистості.

Стислий зміст:

Духовно-особистісний потенціал людини. Кризові стани особистості та їх класифікація. Феномен і фази переживання духовно-особистісної кризи. Психологічні особливості процесу переживання горя особистості. Психологічна допомога при переживанні криз особистості. Корекційно-тренінгова програма духовно-особистісного розвитку.



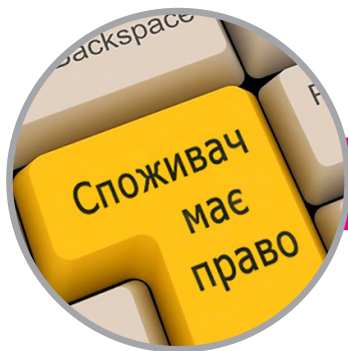
УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ В ГОТЕЛЬНОМУ ТА РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

*Складні проекти – легкі,
неможливі проекти – складні,
неймовірні – трішки складніше*

Мета дисципліни - формування компетентностей, необхідних для успішного вирішення організаційно-управлінських завдань у сфері проектної діяльності, створення нових структур організації і груп організацій з урахуванням методів проектування спрямованих на вдосконалення управління і підвищення ефективності функціонування суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу.

Завдання дисципліни:

- теоретичне освоєння сучасних концепцій і моделей управління проектами та адаптація їх до особливостей ведення бізнесу у готельній та ресторанній сферах;
- набуття практичних навичок щодо організації роботи команди проекту для здійснення конкретних проектів; вивчення видів ефективності інвестиційних проектів, методів аналізу та оцінки їх комерційної ефективності та дослідження особливостей оцінки ефективності проектів з урахуванням факторів ризику і невизначеності;
- формування практичних навичок пошуку, відбору, аналізу і оцінки джерел інформації для досягнення мети управління проектами.

**КОНСЮМЕРСЬКЕ ПРАВО**

У людини вкладена потреба щастя, отже, вона законна

Мета дисципліни полягає в оволодінні студентами основних понять та складових системи споживчого права, набуті практичних навичок загального та спеціального законодавства України в сфері захисту прав споживачів.

Стислий зміст: поняття споживчого права як правового інституту. Консумеризм як всесвітній соціально-політичний рух; правові основи та характеристика Концепції державної політики у сфері захисту прав споживачів; державний захист своїх прав та гарантований рівень споживання як основні права споживачів; загальна характеристика основних прав та обов'язків споживачів; організаційно-правове регулювання захисту прав споживачів; система і повноваження органів влади у сфері захисту прав споживачів; відповідальність за порушення законодавства про захист прав споживачів.

КОРПОРАТИВНЕ ПРАВО

Побудова будь-якого бізнесу передбачає формування системи належного корпоративного управління, яке зцементоване законом



Мета дисципліни - формування системи теоретичних та практичних знань щодо формування знань щодо порядку створення корпорації та системи належного корпоративного управління корпорацією (комерційною юридичною особою).

Стислий зміст:

Поняття і ознаки корпоративного права. Система корпоративного права та характеристика його основних інститутів (складових). Джерела корпоративного права. Поняття та зміст корпоративних прав. Суб'єкти корпоративних відносин та їх види. Поняття та ознаки корпоративного управління. Правовий статус органів управління корпорації (комерційної юридичної особи), порядок їх формування та повноваження. Способи і механізми захисту прав та законних інтересів суб'єктів корпоративних відносин. Система державних органів, що здійснюють захист корпоративних прав фізичних та юридичних осіб.



ПСИХОЛОГІЯ БІЗНЕСУ

Психологія бізнесу – закон успішних угод і гарних партнерських відносин

Мета дисципліни — формування у студентів комплексних знань з основ ведення сучасного бізнесу які допомагають майбутньому фахівцю оволодіти інструментарієм прийняття ефективних господарських рішень.

Стислий зміст:

Основні поняття, методологія, методи, завдання та принципи психології бізнесу; психологічні джерела, чинники, механізми та закономірності розвитку бізнесу як системи; психологічні передумови формування ділової активності; процес формування підприємницької мотивації; професійно-важливі психологічні і психофізіологічні якості бізнесмена; соціально-психологічні чинники успішності ведення бізнесу. Основні напрями та підходи в оцінці професійних і ділових якостей бізнесмена; основи підбору та заохочення персоналу; основні морально-етичні проблеми представників сучасного бізнесу; роль та значення комунікативних процесів в діяльності підприємця; психологічне значення ділового спілкування в досягненні успіху, психологія прийняття рішення в складній ситуації.

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ



Природні права – це ті, що належать людині в силу її існування. До них належить інтелектуальне право, або право вільно мислити, а також усі ті права особи діяти на користь собі і своєму щастю, які не утискають природних прав

Мета дисципліни – ґрунтовне ознайомлення студентів з основними положеннями чинного законодавства України про інтелектуальну власність та практично - історичного становлення права інтелектуальної власності, його об'єктами та суб'єктами, особистими немайновими і майновими правами суб'єктів права, способами їх використання та захисту.

Стислий зміст:

Поняття інтелектуальної власності, об'єкти та суб'єкти інтелектуальної власності; поняття, принципи та джерела авторського права; об'єкти та суб'єкти авторського права; особисті немайнові та майнові права на твори літератури, мистецтва і науки; колективне управління авторськими правами; відповідальність за порушення авторських прав; правова охорона суміжних прав; поняття та умови правової охорони винаходів, корисних моделей, промислових зразків; правова охорона нетрадиційних результатів інтелектуальної власності; правова охорона засобів індивідуалізації суб'єктів господарського обороту, товарів, робіт і послуг; поняття та правовий захист комерційних (фірмових) найменувань; торговельної марки та географічних значень; захист від недобросовісної конкуренції; відповідальність за порушення прав інтелектуальної власності.