

**Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу КНТЕУ
заборонено**

Автори: М.Г. Бойко, д.е.н., професор
О.В. Полтавська, к.е.н., доцент
Л.Д. Романчук, асист.

Робочу програму обговорено і схвалено на засіданні кафедри готельно-ресторанного бізнесу, протокол № 17 від 26.11.2021 року.

Рецензенти: Н. І. Ведмідь, д.е.н., декан факультету ресторанно-готельного та туристичного бізнесу
А. А. Анісімова директор департаменту готелю «Radisson Blu Kyiv».

**СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ В
ГОТЕЛЬНОМУ ТА РЕСТОРАННОМУ
БІЗНЕСІ /
STRATEGIC MARKETING IN HOSPITALITY
AND RESTAURANT BUSINESS**

**РОБОЧА ПРОГРАМА /
COURSE OUTLINE**

освітній ступінь	магістр / master
галузь знань	24 Сфера обслуговування / Sphere of service
спеціалізація	Готельний і ресторанный девелопмент / Hotel and restaurant development

1. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ ТА РОЗПОДІЛ ГОДИН ЗА ТЕМАМИ (ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН)

Назва теми	Усього годин / кредитів	Кількість годин			Форма контролю
		Лекції	Практичн і заняття / МК	СРС	
1	2	3	4	5	6
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи стратегічного маркетингу					
Тема 1. Сутність, цілі та завдання стратегічного маркетингу в готельному і ресторанному бізнесі	16	2	2	12	Д,
Тема 2. Інформаційно-аналітичне забезпечення стратегічного маркетингу в готельному і ресторанному бізнесі	16	2	2	12	ВПЗ, Т
Змістовий модуль 2. Методологічні основи стратегічного маркетингу в готельному і ресторанному бізнесі					
Тема 3. Маркетинговий стратегічний аналіз підприємницького середовища готельного і ресторанного бізнесу	20	4	4	12	ВПЗ, Т
Тема 4. Маркетинговий стратегічний аналіз внутрішнього середовища підприємств готельного і ресторанного бізнесу	20	4	4	12	ВПЗ, Т
Тема 5. Маркетинговий стратегічний аналіз споживачів готельних та ресторанних послуг	16	2	2	12	ВПЗ, Т
Змістовий модуль 3. Прикладні основи стратегічного маркетингу в готельному і ресторанному бізнесі					
Тема 6. Маркетингові стратегії в готельному і ресторанному бізнесі	22	4	4	14	ВПЗ
Тема 7. Цифрові маркетингові стратегії у готельному і ресторанному бізнесі	16	2	2	12	ВПЗ, Т
Тема 8. Маркетингові стратегії сегментації ринку, вибору цільового ринку, позиціонування підприємств готельного і ресторанного бізнесу	22	4	4	14	ВПЗ, Т
Тема 9. Маркетингова стратегія взаємовідносин на ринку готельних та ресторанних послуг	16	2	2	12	ВПЗ, Т
Тема 10. Контролінг маркетингових стратегій суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу	16	2	2	12	ВПЗ
Разом	180/6	28	28	124	екзамен
Підсумковий контроль – екзамен письмовий					

Примітка: СРС – самостійна робота студентів, Д – диспут, Т - тестування, ВПЗ – вирішення практичних завдань.

**2. ТЕМАТИКА ТА ЗМІСТ ЛЕКЦІЙНИХ, ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ,
САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ**

Результати навчання	Навчальна діяльність *	Робочий час студента, год.
1	2	3
<p>Знати: сутність стратегічного маркетингу як концепції та прикладного інструментарію</p> <p>Вміти: формувати навички щодо визначення об'єктів, стратегічного маркетингу в готельному і ресторанному бізнесі</p>	<p align="center">Змістовий модуль 1. Теоретичні основи стратегічного маркетингу</p> <p align="center">Тема 1. Сутність, цілі та завдання стратегічного маркетингу в готельному і ресторанному бізнесі</p> <p align="center"><i>План лекції</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Стратегічний маркетинг як концепція та прикладний інструментарій. 2. Об'єкт, суб'єкт, предмет, рівні та етапи стратегічного маркетингу. 3. Термінологічний апарат стратегічного маркетингу. 4. Технології SMART як інструментарій стратегічного маркетингу <p>Список рекомендованих джерел: <i>Основний: 1, 2, 4, 5.</i> <i>Додатковий: 6, 8, 10, 11.</i> <i>Інтернет-ресурси: 14-16.</i></p>	2
	<p align="center">Самостійна робота студентів</p> <p><i>З метою закріплення і поглиблення сутності, цілі та завдання стратегічного маркетингу в готельному і ресторанному бізнесі опрацювати матеріал за посиланнями:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Застосування SMART для обґрунтування місії, цілей та вирішення завдань стратегічного маркетингу в підприємствах готельного і ресторанного бізнесу за рівнями [14]. 2. Взаємозалежність стратегічного маркетингу і процесу формування пропозиції на ринку готельних та ресторанних послуг [15]. <p><i>Перевірка знань шляхом виконання завдань у системі дистанційного навчання Moodle за посиланнями: http://ldn.knute.edu.ua/course/view.php?id=592#section-0</i></p>	12
	<p align="center">Практичне заняття</p> <p>Сформувати «дерево стратегічних SMART цілей» підприємства (готелю або ресторану) для досягнення цілей розвитку при виході на ринок. <i>Завдання виконується у малих групах використовуючи методи інтерв'ю, мозкових штурмів, критичних інцидентів, спостереження за діяльністю.</i> Проведення тестування.</p>	2

* Інтерактивні методи навчання виділено курсивом

<p>Розуміння сутності інформаційно-аналітичного забезпечення стратегічного маркетингу в готельному і ресторанному бізнесі.</p>	<p>Тема 2. Інформаційно-аналітичне забезпечення стратегічного маркетингу в готельному і ресторанному бізнесі <i>План лекції</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність інформаційно-аналітичного забезпечення стратегічного маркетингу в умовах цифровізації. 2. Формування портфелю показників інформаційно-аналітичного забезпечення стратегічного маркетингу в готельному і ресторанному бізнесі. 3. Інформаційно-аналітичне забезпечення стратегічного маркетингу на ієрархічних рівнях управління. <p>Список рекомендованих джерел: <i>Основний: 1, 2, 4, 5.</i> <i>Додатковий: 6, 8.</i> <i>Інтернет-ресурси: 15, 17, 22.</i></p>	<p>2</p>
<p>Набуття практичних умінь щодо формування інформаційно-аналітичного забезпечення стратегічного маркетингу за рівнями управління</p>	<p>Самостійна робота студентів</p> <p><i>З метою закріплення і поглиблення знань з інформаційно-аналітичного забезпечення стратегічного маркетингу в готельному і ресторанному бізнесі опрацювати матеріал за посиланнями:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Інформаційно-аналітичне забезпечення стратегічного маркетингу як процес: збору, накопичення, аналізу та оновлення інформації про стан ринку ресторанних послуг; передачі інформації цільовим аудиторіям; виконання структурованих та неструктурованих завдань стратегічного маркетингу; визначення причин погіршення стану та розвитку напрямів господарської діяльності; процес розробки реалізації та контролю стратегії та тактики бізнесу [8 с. 251] 2. Застосування системного підходу до формування інформаційно-аналітичного забезпечення стратегічного маркетингу [8 с 252]. 3. Системно-функціональний, системно-елементний, системно-структурний, системно-комунікаційний, системно-інтеграційний базис формування інформаційно-аналітичного забезпечення стратегічного маркетингу [15, 22]. 4. Використання Dash board, Power BI у візуалізації інформаційно-аналітичного забезпечення стратегічного маркетингу [17]. <p><i>Перевірка знань шляхом виконання завдань у системі дистанційного навчання Moodle за посиланнями: http://ldn.knute.edu.ua/course/view.php?id=592#section-0</i></p>	<p>12</p>
	<p>Практичне заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сформууйте систему якісних та кількісних індикаторів ефективності інформаційно-аналітичного забезпечення стратегічного маркетингу готелю або ресторану. 	

	<p>2. Налаштуйте Google Search Console для сайту готелю або ресторану. Оцініть стан веб-сайту та його відображення в результатах пошуку Google. Здійсніть оцінювання індексації веб-сайту підприємства, визначте показники інформаційно-аналітичного забезпечення стратегічного маркетингу</p>	2
<p>Засвоєння знань щодо маркетингового стратегічного аналізу підприємницького середовища готельного і ресторанного бізнесу.</p>	<p align="center">Змістовий модуль 2. Методологічні основи стратегічного маркетингу в готельному і ресторанному бізнесі</p> <p align="center">Тема 3. Маркетинговий стратегічний аналіз підприємницького середовища готельного і ресторанного бізнесу</p> <p align="center"><i>План лекції</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Компоненти підприємницького середовища готельного і ресторанного бізнесу. 2. Методи маркетингового стратегічного аналізу підприємницького середовища. 3. Етапи маркетингового стратегічного аналізу підприємницького середовища <p>Список рекомендованих джерел: <i>Основний: 1-3, 5.</i> <i>Додатковий: 6, 10, 11.</i> <i>Інтернет-ресурси: 15, 16 -18, 23.</i></p>	4
<p>Набуття практичних умінь щодо здійснення маркетингового стратегічного аналізу підприємства</p>	<p align="center">Самостійна робота студентів</p> <p><i>З метою закріплення і поглиблення знань про маркетинговий стратегічний аналіз підприємницького середовища готельного і ресторанного бізнесу проаналізувати за посиланнями:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетинговий стратегічний аналіз підприємницького середовища як інформаційна база для прийняття стратегічних рішень [16]. 2. Застосування концепції «чорний лебідь» у маркетинговому стратегічному аналізі [23]. 3. Наслідки проведення та ігнорування маркетингового стратегічного аналізу підприємницького середовища готельного і ресторанного бізнесу [18]. 4. Прогнозування потенційних змін у підприємницькому середовищі підприємств на основі використання методів: екстраполяції, моделювання та інтуїції, Делфі, перехресної матриці, розроблення сценаріїв [3 с. 80-88]. <p><i>Перевірка знань шляхом виконання завдань у системі дистанційного навчання Moodle за посиланнями: http://dn.knute.edu.ua/course/view.php?id=592#section-0</i></p>	12

	<p style="text-align: center;">Практичне заняття</p> <p>Тренінг «Маркетинговий стратегічний аналіз підприємницького середовища в готельному і ресторанному бізнес»</p> <ol style="list-style-type: none"> Сформувати інформаційну базу для здійснення стратегічного маркетингового аналізу підприємницького середовища функціонуючого готелю або ресторану за компонентами Обґрунтуйте вибір дослідницького інструментарію для аналізу впливу факторів макро- та мезо-рівня. Визначте вплив факторних умов (сприятливі та несприятливі) на стан готельного (ресторанного бізнесу). Згрупувати дані у вигляді матриць модифікованого SWOT-аналізу. https://www.marketingdonut.co.uk/marketing-strategy/swot-analysis. Здійснити оцінку перехресного впливу факторів мікросередовища та макросередовища на основі методу попарного порівняння функцій. 	4
<p>Засвоєння знань маркетингового стратегічного аналізу внутрішнього середовища суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу. Набуття практичних умінь щодо здійснення маркетингового стратегічного аналізу внутрішнього середовища суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу.</p>	<p style="text-align: center;">Тема 4. Маркетинговий стратегічний аналіз внутрішнього середовища підприємств готельного і ресторанного бізнесу</p> <p style="text-align: center;"><i>План лекції</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Мета, предмет, об'єкти та суб'єкти маркетингового стратегічного аналізу внутрішнього середовища підприємств. Функціональні та інструментальні цілі маркетингового стратегічного аналізу. Методи маркетингового стратегічного аналізу внутрішнього середовища суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу. <p>Список рекомендованих джерел: <i>Основний: 1, 2, 3.</i> <i>Додатковий: 6, 7, 8, 10, 11.</i> <i>Інтернет-ресурси: 15-18, 19-24.</i></p> <p style="text-align: center;">Самостійна робота студентів</p> <p><i>З метою закріплення і поглиблення знань про маркетинговий стратегічний аналіз внутрішнього середовища суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу опрацювати матеріал за посиланнями:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Зміст, завдання, організація та особливості здійснення маркетингового стратегічного аналізу [2 с. 33-36]. Маркетинговий стратегічний аналіз внутрішнього середовища як інформаційна база для прийняття стратегічних та оперативних рішень [24]. 	4

	<p>3. Маркетинговий стратегічний аналіз внутрішнього середовища підприємств готельного і ресторанного бізнесу в умовах невизначеності [3 с. 91-99].</p> <p>4. Ідентифікація рівнів невизначеності та особливості проведення маркетингового стратегічного аналізу для кожного з них [22].</p> <p><i>Перевірка знань шляхом виконання завдань у системі дистанційного навчання Moodle за посиланнями: http://ldn.knute.edu.ua/course/view.php?id=592#section-0.</i></p>	12
	<p style="text-align: center;">Практичне заняття</p> <p>Проведення тестування.</p> <p>Здійснити маркетинговий стратегічний аналіз внутрішнього середовища діючого підприємства готельного/ресторанного бізнесу використовуючи методи портфельного аналізу.</p> <p>Ідентифікувати та оцінити сильні та слабкі сторони підприємства та основних конкурентів готельного і ресторанного бізнесу (мікро середовища), ринкові можливості та загрози (макросередовище). Визначити коефіцієнти відносної важливості факторів впливу.</p>	4
<p>Засвоєння знань щодо маркетингового стратегічного аналізу споживачів готельних та ресторанних послуг</p>	<p style="text-align: center;">Тема 5. Маркетинговий стратегічний аналіз споживачів готельних та ресторанних послуг</p> <p style="text-align: center;"><i>План лекції</i></p> <p>1. Маркетинговий стратегічний аналіз споживачів готельних та ресторанних послуг.</p> <p>2. Структура споживчої цінності готельної послуги та ресторанної продукції.</p> <p>3. Методи маркетингового стратегічного аналізу споживачів готельних та ресторанних послуг.</p> <p>Список рекомендованих джерел:</p> <p><i>Основний: 1, 3, 4, 5.</i></p> <p><i>Додатковий: 6, 7, 8, 10.</i></p> <p><i>Інтернет-ресурси: 12, 18-22.</i></p>	2
<p>Набуття практичних умінь щодо здійснення маркетингового стратегічного аналізу готельних та ресторанних послуг</p>	<p style="text-align: center;">Самостійна робота студентів</p> <p><i>З метою закріплення і поглиблення знань про маркетинговий стратегічний аналіз споживачів готельних та ресторанних послуг опрацювати матеріал за посиланнями:</i></p> <p>1. Визначення та дослідження факторів споживчої поведінки на ринку готельних та ресторанних послуг [18].</p> <p>2. Ситуаційні та стратегічні фактори у прийнятті рішень щодо придбання споживачами готельних та ресторанних послуг [12].</p> <p><i>Перевірка знань шляхом виконання завдань у системі дистанційного навчання Moodle за посиланнями: http://ldn.knute.edu.ua/course/view.php?id=592#section-0.</i></p>	12

	Практичне заняття	
Засвоєння теоретичних знань щодо формування маркетингових стратегій за ієрархічними рівнями управління	<p style="text-align: center;">Змістовий модуль 3. Пркладні основи стратегічного маркетингу в готельному і ресторанному бізнесі</p> <p style="text-align: center;">Тема 6. Маркетингові стратегії в готельному і ресторанному бізнесі</p> <p style="text-align: center;"><i>План лекції</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність маркетингової стратегії підприємства. 2. Місце маркетингової стратегії в ієрархії стратегій підприємств. 3. Взаємозв'язок корпоративної та функціональної маркетингової стратегії. 4. Взаємозв'язок бізнес-стратегії та функціональної маркетингової стратегії. 5. Функціональні маркетингові стратегії. <p>Список рекомендованих джерел:</p> <p style="padding-left: 20px;"><i>Основний: 1, 4, 5.</i></p> <p style="padding-left: 20px;"><i>Додатковий: 8, 9, 10.</i></p> <p style="padding-left: 20px;"><i>Інтернет-ресурси: 14-15, 20, 25-28.</i></p>	2
Набуття практичних умінь щодо класифікації маркетингових стратегій та їх формування на основі матричного моделювання	<p style="text-align: center;">Самостійна робота студентів</p> <p><i>З метою закріплення і поглиблення знань про маркетингові стратегії в готельному і ресторанному бізнесі опрацювати матеріал за посиланнями:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Визначення корпоративної стратегії за результатами моделювання матриць І. Ансоффа, Д. Аакера, моделювання кубу корпоративних стратегій залежно від ареалу ринку, ринкових потреб у послугах, технологіях виробництва та реалізації послуг [20]. 2. Сутність портфельних стратегій. Сутність маркетингових стратегій росту [28]. 3. Джерела створення конкурентних переваг підприємств готельного і ресторанного бізнесу [26]. 4. Сутність та види стратегії дистрибуції [27]. 5. Сутність та види стратегії ціноутворення [25]. <p><i>Перевірка знань шляхом виконання завдань у системі дистанційного навчання Moodle за посиланнями:</i></p> <p>http://ldn.knute.edu.ua/course/view.php?id=592#section-0.</p>	4
		14

	Практичне заняття	
	<p>Проведення тестування.</p> <ol style="list-style-type: none"> Проведіть дослідження діючих готелів та ресторанів щодо застосування стратегій диверсифікаційного, інтенсивного та інтегративного зростання. Побудуйте матрицю Ансоффа. Сформуйте маркетингову конкурентну стратегію для. для дослідженого підприємства. Визначте етапи її реалізації та показники результативності. 	4
<p>Засвоєння теоретичних знань щодо формування цифрових маркетингових стратегій за ієрархічними рівнями управління</p> <p>Набуття практичних умінь щодо застосування цифрових маркетингових стратегій</p>	<p>Тема 7. Цифрові маркетингові стратегії у готельному і ресторанному бізнесі</p> <p style="text-align: center;"><i>План лекції</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Цифровізація маркетингової діяльності суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу. Управління досвідом споживача. Крауд-маркетинг. Види цифрового маркетингу в готельному та ресторанному бізнесі. <p>Список рекомендованих джерел:</p> <p style="padding-left: 20px;"><i>Основний: 2, 4-5.</i></p> <p style="padding-left: 20px;"><i>Додатковий: 7, 9-11.</i></p> <p style="padding-left: 20px;"><i>Інтернет-ресурси: 15, 17-18, 28-30.</i></p>	2
	<p>Самостійна робота студентів</p> <p><i>З метою закріплення і поглиблення знань про цифрові маркетингові стратегії у готельному і ресторанному бізнесі опрацювати матеріал за посиланнями:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Трансформація функції стратегічного маркетингу [29]. Керування продажами і брендингом в цифровому середовищі [30]. <p><i>Перевірка знань шляхом виконання завдань у системі дистанційного навчання Moodle за посиланнями: http://ldn.knute.edu.ua/course/view.php?id=592#section-0.</i></p>	12
	Практичне заняття	<p>Проведення тестування.</p> <ol style="list-style-type: none"> Провести зовнішній digital-аналіз: пошук ніш і інсайтів, аналіз ринку і конкурентів, інструментарій. Провести внутрішній digital-аналіз: аналіз поведінки споживачів, аналіз продажів, аналітичні фреймворки, модель атрибуції і інструментарій. https://www.strategyzer.com/. Розробити цифрові маркетингові стратегії для підприємств готельного/ресторанного бізнесу.

<p>Набуття практичних умінь щодо сегментації та вибору цільового ринку, позиціонування суб'єктів на ринку готельних та ресторанних послуг.</p> <p>Засвоєння теоретичних знань застосування STP-маркетингу для суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу</p>	<p>Тема 8. Маркетингові стратегії сегментації ринку, вибору цільового ринку, позиціонування суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу</p> <p><i>План лекції</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність концепції STP-маркетингу. 2. Сегментація ринку готельних та ресторанних послуг. 3. Цільовий ринок суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу. 4. Позиціонування підприємств на ринку готельних та ресторанних послуг <p>Список рекомендованих джерел:</p> <p><i>Основний: 1, 4, 5.</i></p> <p><i>Додатковий: 6, 11.</i></p> <p><i>Інтернет-ресурси: 12, 13, 14, 17, 30.</i></p>	4
	<p>Самостійна робота студентів</p> <p><i>З метою закріплення і поглиблення знань про маркетингові стратегії сегментації ринку, вибору цільового ринку, позиціонування суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу опрацювати матеріал за посиланнями:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Стратегічне значення застосування STP-маркетингу для функціонування суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу [14]. 2. Основні ознаки сегментації ринку готельних та ресторанних послуг: географічні, демографічні, соціально-економічні, психологічні, поведінкові [6 с. 300-303]. 3. Маркетингові стратегії сегментації ринку готельних та ресторанних послуг [12]. 4. Технології стратегічного маркетингу на цільових ринках [1 с. 143-151]. 5. Стратегічні пріоритети щодо позиціонування суб'єктів та позиціонування послуг. [13]. 6. Позиціонування послуг готелів і ресторанів [30]. <p><i>Перевірка знань шляхом виконання завдань у системі дистанційного навчання Moodle за посиланнями: http://ldn.knute.edu.ua/course/view.php?id=592#section-0.</i></p>	14
	<p>Практичне заняття</p> <p>Проведення тестування.</p> <p>Проаналізувати сутність стратегії сегментації. Визначити характеристики сегментів досліджуваного підприємства. Провести позиціонування послуг готелів/ресторанів.</p>	4

<p>Засвоєння теоретичних знань щодо застосування концепції маркетингу взаємовідносин на ринку готельних та ресторанних послуг.</p>	<p align="center">Тема 9. Маркетингова стратегія взаємовідносин на ринку готельних та ресторанних послуг</p> <p align="center"><i>План лекції</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Концепція маркетингу взаємовідносин у системі стратегічного маркетингу 2. Формування мережі взаємовідносин на ринку готельних та ресторанних послуг. 3. Маркетингова технологія CRM на ринку ресторанних послуг. <p>Список рекомендованих джерел: <i>Основний: 4, 5.</i> <i>Додатковий: 6, 7, 9.</i> <i>Інтернет-ресурси: 18, 21-25.</i></p>	<p align="center">2</p>
<p>Набуття практичних умінь щодо формування мережі взаємовідносин на ринку готельних та ресторанних послуг</p>	<p align="center">Самостійна робота студентів</p> <p><i>З метою закріплення і поглиблення знань про маркетингову стратегію взаємовідносин на ринку готельних та ресторанних послуг опрацювати матеріал за посиланнями:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетинг взаємовідносин зі споживачами готельних та ресторанних послуг як інструмент маркетингу сервісу [18]. 2. Маркетинг взаємовідносин з партнерами на ринку готельних і ресторанних послуг [21]. 3. Операційний та аналітичний інструментарій формування маркетингової стратегії CRM [25]. <p><i>Перевірка знань шляхом виконання завдань у системі дистанційного навчання Moodle за посиланнями: http://ldn.knute.edu.ua/course/view.php?id=592#section-0.</i></p>	<p align="center">12</p>
	<p align="center">Практичне заняття</p> <p>Проведення тестування. Проаналізувати дієвість відносин між функціональними підсистемами готелю/ресторану: маркетингом, персоналом, відносинами зі споживачами, відносинами з партнерами.</p>	<p align="center">2</p>
<p>Засвоєння теоретичних знань щодо здійснення контролінгу маркетингових стратегій суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу</p> <p>Набуття практичних</p>	<p align="center">Тема 10. Контролінг маркетингових стратегій суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу</p> <p align="center"><i>План лекції</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Контролінг у системі стратегічного маркетингу. 2. Інструментарій стратегічного контролінгу маркетингових стратегій. 3. Завдання стратегічного контролю маркетингових стратегій. <p>Список рекомендованих джерел: <i>Основний: 3, 5.</i> <i>Додатковий: 6, 7.</i> <i>Інтернет-ресурси: 14, 20, 31.</i></p>	<p align="center">2</p>

<p>умінь щодо вирішення завдань стратегічного контролю маркетингових стратегій</p>	<p align="center">Самостійна робота студентів</p> <p><i>З метою закріплення і поглиблення знань про контролінг маркетингових стратегій суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу опрацювати матеріал за посиланнями:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Структура системи контролінгу маркетингових стратегій [3 с. 186-190]. 2. Концепція стратегічного контролю маркетингових стратегій [31]. 3. Портфельний аналіз; аналіз маркетингового потенціалу; аналіз сильних та слабких сторін; аналіз конкуренції; стратегічні розриви [5 с. 623]. <p><i>Перевірка знань шляхом виконання завдань у системі дистанційного навчання Moodle за посиланнями: http://ldn.knute.edu.ua/course/view.php?id=592#section-0.</i></p>	12
	<p align="center">Практичне заняття</p> <p>Проаналізувати криву життєвого циклу продукту у системі контролінгу маркетингових стратегій.</p>	2
<p>Підсумковий контроль - екзамен письмовий</p>		
Разом		180/6

3 СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Основний

1. Крикавський Є.В. Стратегічний маркетинг: Навчальний посібник / Є. В. Крикавський, Л. І. Третякова, Н. С. Косар. Львів: Видавництво Львівської політехніки: 2012. – 256 с.
2. Куденко Н.В. Маркетингові стратегії фірми Навчальний посібник / Н.В. Куденко. – К. : КНЕУ, 2010. – 246 с.
3. Писаренко В.В., Багорка М.О. Стратегічний маркетинг: навч.посіб . – Дніпро: Видавець, 2019 - 240 с.
4. Cravens D. Strategic Marketing : textbook / D. Cravens, N. Piercy. – Publisher : McGraw-Hill/Irwin, 2016. – 672 p.
5. Kotler, P., Bowen, J.T., Makens, J.C. & Baloglu, S. 2017. Marketing for Hospitality and Tourism. : textbook 7th edition. Pearson: England. – 688 p.

Додатковий

6. Бойко М.Г. Ціннісно орієнтоване управління в туризмі : монографія / М.Г. Бойко.– К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 524 с.
7. Пащук О. Маркетинг послуг. Стратегічний підхід. Навчальний посібник / О. Пащук. – К. : Професіонал, 2012. – 560 с.
8. Мандражи З.Р. Інформаційне забезпечення стратегічного управління підприємством // З.Р. Мандражи /Економічний аналіз 2019. № 20. 251-256 с.
9. Ronald Roberts Social Media Marketing #2019 3 in 1 - Secret Facebook, Instagram, YouTube & Twitter Strategies for Making a killer Profit with Personal Branding, Affiliate Marketing and Dropshipping, 2019. – 379 p.
10. Jack Gary Personal Branding in 2019: Strategies to Build Your Brand With Instagram, Facebook, Youtube and Twitter, Social Media Marketing and Network Marketing (Social Media Marketing, Personal Brand), 2019. – 152 p.
11. Carlos Gil The End of Marketing: Humanizing Your Brand in the Age of Social Media and AI , 2019. – 252 p.

Інтернет-ресурси

12. Philip Kotler The consumer in the age of coronavirus. URL : <https://sarasotainstitute.global/the-consumer-in-the-age-of-coronavirus/>.
13. Стратегічне маркетингове планування для ресторанів та готелів [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://ignitecreates.com/blog/strategic-marketing-planning-for-restaurants-hotels/>.
14. 5 Dos and Don'ts When Making a SMART Goal <https://blog.hubspot.com/marketing/smart-goal-examples>.
15. Basics That Every Hotel Marketing Plan Should Include [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.socialtables.com/blog/hotel-sales/hotel-marketing-plan/>
16. Hotel Marketing Plan. URL :

- https://www.mplans.com/hotel_marketing_plan/situation_analysis_fc.php.
17. View Trends, Analysis and Statistics. URL : https://www.reportlinker.com/market-report/Food-Services/9279/Restaurant?gclid=CjwKCAiAi_D_BRApEiwASslbJ0lXRJTOhETVGLHUFZItXxrS7S9n6icr1cLdSso_izF5yq1qiGjsOBoCKBAQAvD_BwE.
 18. Insights. Ideas. Inspiration. URL : <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en-cee/future-of-marketing/digital-transformation/accelerate-digital-transformation/>.
 19. Шаблони аналізу конкурентоспроможності ресторанів. URL : <https://www.template.net/business/restaurant-competitive-analysis/>.
 20. Використання матриці Ansoff для виявлення можливостей зростання. URL : <https://www.smartinsights.com/marketing-planning/create-a-marketing-plan/ansoff-model/>.
 21. Customer Relationship Management 101: for Restaurateurs. URL : <https://www.menudrive.com/customer-relationship-management-101-for-restaurateurs>.
 22. 5 способів аналізу даних можуть допомогти готельному господарству. URL : <https://www.rtinsights.com/5-ways-data-analytics-can-help-the-hotel-industry/>.
 23. Managing the unpredictable: the black swans in project management. URL : <https://www.winning-consulting.com/managing-the-unpredictable-the-black-swans-in-project-management/?lang=en/>.
 24. Marketing donut. URL : <https://www.marketingdonut.co.uk/marketing-strategy/swot-analysis>.
 25. Xotels. URL : <https://www.xotels.com/en/revenue-management/revenue-management-book/hotel-price-positioning/>.
 26. Wednesday Wisdom: The Guide to Making a Competitive Advantage Strategy for a Hotel. URL : <https://www.socialtables.com/blog/hospitality/hotel-competitive-advantage-strategy/>.
 27. Designing a hotel distribution strategy that delivers for you. URL : <https://welcome.expediagroup.com/en/resources/hotel-distribution-strategy-resources-tips/build-hotel-distribution-strategy>.
 28. Effective Marketing Strategies for the Hospitality Industry URL : <https://www.hospitalitynet.org/opinion/4089064.html>.
 29. Digital Transformation [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en-cee/future-of-marketing/digital-transformation/>.
 30. How to unlock your brand's online potential through strategic partnerships. URL : <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en-cee/future-of-marketing/management-and-culture/strategic-brand-partnerships/>.
 31. Marketing Control. URL : <https://theinvestorsbook.com/marketing-control.html>.

* Курсивом виділено джерела, які знаходяться у бібліотечному фонді КНТЕУ