

ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ В ГОТЕЛЬНОМУ І РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

СИЛАБУС

освітній ступінь	«магістр»
галузь знань	<i>24 «Сфера обслуговування»</i>
спеціальність	<i>241 «Готельно-ресторанна справа»</i>
спеціалізація	<i>«Міжнародний готельний та ресторанний бізнес»</i>

Київ 2023

1. Метою вивчення дисципліни є формування у майбутніх фахівців системи теоретичних знань та практичних умінь і навичок для застосування інструментарію стратегічного маркетингу як концепції, спрямованої на досягнення конкурентної переваги підприємств готельного і ресторанного бізнесу, збереження та збільшення сегменту лояльних споживачів, формування цільового ринку збуту для досягнення мети господарської діяльності в умовах невизначеності і високих темпів змін у зовнішньому середовищі.

2. Фахові компетентності та результати навчання

Номер в освітній програмі	Зміст компетентності	Номер теми, що розкриває зміст компетентності
<i>Загальні компетентності за освітньою програмою</i>		
<i>ЗК2</i>	<i>Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел</i>	3-5
<i>ЗК3</i>	<i>Здатність до аналізу, оцінки, синтезу, генерування нових ідей</i>	6-9
<i>ЗК 4</i>	<i>Здатність працювати в команді</i>	2-3
<i>ЗК 5</i>	<i>Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології</i>	6-8
<i>ЗК 6</i>	<i>Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні</i>	3-5
<i>ЗК 7</i>	<i>Здатність приймати обґрунтовані рішення</i>	6-9
<i>ЗК8</i>	<i>Здатність працювати в міжнародному контексті</i>	2-3
<i>Спеціальні компетентності за освітньою програмою</i>		
<i>СК1</i>	<i>Здатність застосовувати науковий, аналітичний, методичний інструментарій, використовувати міждисциплінарні дослідження аналізу стану розвитку глобальних та локальних ринків готельних та ресторанних послуг для розв'язання складних задач розвитку готельного і ресторанного бізнесу, зокрема у міжнародному середовищі</i>	1
<i>СК 2</i>	<i>Здатність систематизувати та синтезувати інформацію для врахування крос-культурних особливостей функціонування суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу, зокрема у міжнародному середовищі</i>	1,2
<i>СК3</i>	<i>Здатність планувати та здійснювати ресурсне забезпечення діяльності суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу, зокрема у міжнародному середовищі</i>	6,7
<i>СК4</i>	<i>Здатність створювати і впроваджувати продуктові, сервісні, організаційні, соціальні, управлінські, інфраструктурні, маркетингові інновації у господарську діяльність суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу, зокрема у міжнародному середовищі</i>	2, 6-9
<i>СК5</i>	<i>Здатність забезпечувати ефективну сервісну, комерційну, виробничу, маркетингову, економічну діяльність суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу</i>	6-7
<i>СК6</i>	<i>Здатність координувати та регулювати взаємовідносини з партнерами та споживачами, зокрема з урахуванням національних особливостей</i>	6-9

СК7	Здатність до підприємницької діяльності, зокрема у міжнародному середовищі	2
СК8	Здатність розробляти антикризові програми корпорацій, готельних та ресторанних мереж, суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.	2, 10
СК9	Здатність забезпечувати якість обслуговування споживачів готельних та ресторанних послуг	7
СК10	Здатність застосовувати принципи соціальної відповідальності в діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.	9
СК11	Здатність до самостійного опанування новими знаннями, використання інноваційних технологій у сфері готельного та ресторанного бізнесу.	10
СК12	Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі готельно-ресторанної справи у мультидисциплінарних контекстах, у нових або незнайомих середовищах за наявності неповної або обмеженої інформації.	1
<i>Програмні результати навчання за освітньою програмою</i>		
РН2	Вільно спілкуватись усно і письмово українською та англійською мовами при обговоренні професійних питань, досліджень та інновацій в сфері готельно-ресторанного бізнесу	1
РН3	Розробляти, впроваджувати та застосовувати сучасні методи оцінювання ефективності впровадження інновацій в готельно-ресторанному бізнесі	6-9
РН4	Здійснювати моніторинг кон'юнктури ринку готельних та ресторанних послуг	7
РН5	Оцінювати нові ринкові можливості, формулювати бізнес-ідеї та розробляти маркетингові заходи з за невизначених умов і вимог, що потребують застосування нових підходів, методів та інструментарію соціально-економічних досліджень	3-5
РН6	Відшукувати необхідні дані в науковій літературі, базах даних та інших джерелах, аналізувати та оцінювати ці дані, систематизувати й упорядковувати інформацію для вирішення комплексних задач професійної діяльності	3-5
РН7	Досліджувати моделі розвитку міжнародних та національних готельних і ресторанних мереж (корпорацій)	6-9
РН8	Ініціювати, розробляти та управляти проектами розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу із врахуванням інформаційного, матеріального, фінансового та кадрового забезпечення.	7
РН10	Відповідати за формування ефективної кадрової політики суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу, організаційні комунікації, розвиток професійного знання, оцінювання стратегічного розвитку команди, підбір та мотивування персоналу на ефективне вирішення професійних завдань	1-2
РН11	Здійснювати дослідження та/або провадити інноваційну діяльність з метою отримання нових знань та створення нових технологій та видів послуг (продукції) в сфері готельно-ресторанного бізнесу та в ширших мультидисциплінарних контекстах	1-2
РН12	Зрозуміло і недвозначно доносити власні знання, висновки та аргументацію до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються	6-9

3. Короткий опис змісту дисципліни

Сутність, цілі та завдання стратегічного маркетингу в готельному і ресторанному бізнесі. Інформаційно-аналітичне забезпечення стратегічного маркетингу в готельному і ресторанному бізнесі. Маркетинговий стратегічний аналіз підприємницького середовища готельного і ресторанного бізнесу. Маркетинговий стратегічний аналіз внутрішнього середовища підприємств готельного і ресторанного бізнесу. Маркетинговий стратегічний аналіз споживачів готельних та ресторанних послуг. SMART-технології стратегічного маркетингу в готельному і ресторанному бізнесі. Маркетингові стратегії підприємств готельного і ресторанного бізнесу. Маркетингові стратегії сегментації ринку, вибору цільового ринку, позиціонування підприємств готельного і ресторанного бізнесу. Маркетингова стратегія взаємовідносин на ринку готельних та ресторанних послуг. Контролінг маркетингових стратегій підприємств готельного і ресторанного бізнесу.

Детальна інформація щодо змісту тем дисципліни подана у Програмі та Робочій програмі дисципліни, яка є доступною у папці НМКД дисципліни, у навчально-методичному відділі ДТЕУ, на сайті університету (дистанційне навчання)

4. Пререквізити

Знання та навички з дисциплін «Готельна справа», «Маркетинг», «Менеджмент готелів і ресторанів», «Економіка готелів і ресторанів».

5. Обсяг дисципліни та оцінювання за темами

Тема	Кількість годин				Форми контролю
	Усього годин/ кредитів	з них			
		лекції	семінарські (практичні) заняття	самостійна робота студентів	
Змістовий модуль 1. Теоретичні засади стратегічного маркетингу					
Тема 1. Сутність, цілі та завдання стратегічного маркетингу в готельному і ресторанному бізнесі	16	2	2	12	О, Д
Тема 2. Інформаційно-аналітичне забезпечення стратегічного маркетингу в готельному і ресторанному бізнесі	16	2	-	14	О
Змістовий модуль 2. Методологічні основи стратегічного маркетингу в готельному і ресторанному бізнесі					
Тема 3. Маркетинговий стратегічний аналіз підприємницького середовища готельного і ресторанного бізнесу	18	2	2	14	О, Т, ВПЗ
Тема 4. Маркетинговий стратегічний аналіз внутрішнього середовища підприємств готельного і	22	4	4	14	О, Т, ВПЗ

ресторанного бізнесу					
Тема 5. Маркетинговий стратегічний аналіз споживачів готельних та ресторанних послуг	18	2	2	14	О, Т, Д
Змістовий модуль 3. Прикладні засади реалізації стратегічного маркетингу в готельному і ресторанному бізнесі					
Тема 6. SMART-технології стратегічного маркетингу в готельному і ресторанному бізнесі	18	2	2	14	О, Т, ВПЗ
Тема 7. Маркетингові стратегії підприємств готельного і ресторанного бізнесу	30	6	6	18	О, Т, ВПЗ
Тема 8. Маркетингові стратегії сегментації ринку, вибору цільового ринку, позиціонування підприємств готельного і ресторанного бізнесу	24	4	4	16	О, Т, ВПЗ
Тема 9. Маркетингова стратегія взаємовідносин на ринку готельних та ресторанних послуг	8	2	2	4	О, Т, ВПЗ
Тема 10. Контролінг маркетингових стратегій підприємств готельного і ресторанного бізнесу	6	2	-	4	О
Усього	180/6	28	28	124	Екзамен

Умовні позначення: О – опитування; Д – диспут; Т – тестування; ВПЗ – вирішення практичних завдань, кейсів, презентації, модерації;

6. Мова навчання та викладання. Українська.

7. Оцінювання. Загальна оцінка 100 балів, визначається як середньоарифметична оцінка за результатами поточного та підсумкового контролю.

– поточний контроль – опитування (10 балів); тестування (30 балів); вирішення практичних завдань, кейсів, презентації, модерації, (40 балів); контрольна письмова робота (20 балів);

– підсумковий контроль – екзамен письмовий (100 балів.), у тому числі: 2 теоретичні питання, що потребують повної відповіді (15 балів за кожне питання, усього 30 балів); відкриті тести (20 балів); закриті тести (20 балів); творче завдання (30 балів, у тому числі 15- правильність вирішення, 10- наявність аргументів та обґрунтованість; 5 – креативність, творчість).

8. Відвідування занять. Відвідування занять для всіх студентів є обов'язковим.

9. Відпрацювання пропущених занять. Студент, який пропустив практичне заняття, самостійно вивчає матеріал за наведеними в силабусі джерелами, виконує завдання і надсилає результат викладачу на електронну пошту. За умови неповажної причини пропуску заняття, оцінка за завдання буде знижена.

10. Допуск до екзамену. Згідно з Положенням про організацію освітнього процесу В ДТЕУ всі студенти допускаються до складання екзамену.

11. Політика академічної доброчесності. Положення про дотримання академічної доброчесності педагогічними, науковопедагогічними, науковими працівниками та здобувачами вищої освіти ДТЕУ

<https://knute.edu.ua/file/MjkwMjQ=/271e66c30b3162b933b9bf8caa4c101c.pdf>

Етичний кодекс здобувача вищої освіти Державного торговельно-економічного університету викладений на сайті ДТЕУ: <https://knute.edu.ua/file/MjkwMjQ=/2f42448f6b7e32f087ea61c101eeefb2.pdf>

12. Основні джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Писаренко В.В., Багорка М.О. Стратегічний маркетинг: навч. посіб . – Дніпро: Видавець, 2019 - 240 с.
2. Cravens D. Strategic Marketing : textbook / D. Cravens, N. Piercy. – Publisher : McGraw-Hill/Irwin, 2022. – 672 p.
3. Kotler, P., Bowen, J.T., Makens, J.C. & Baloglu, S. 2020. Marketing for Hospitality and Tourism. : textbook 7th edition. Pearson: England. – 688 p.

13. Викладачі.



Бойко Маргарита Григорівна

д.е.н., професор, завідувач кафедри готельно-ресторанного бізнесу

ДТЕУ

E-mail: mboyko@knute.edu.ua

тел. 531-47-98



Романчук Людмила Дмитрівна

к.е.н., доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу ДТЕУ

E-mail: l.romanchuk@knute.edu.ua

тел. 531-47-37