



КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ РЕСТОРАННО-ГОТЕЛЬНОГО ТА ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ КАФЕДРА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

СИЛАБУС (SYLLABUS)

Назва курсу	МАРКЕТИНГ
Викладач (-і)	Полтавська Оксана Володимирівна
Профайл викладача (-ів)	https://knote.edu.ua/blog/read/?pid=39767
Контакти	м. Київ, вул. Кіото, 19 ауд. 536, тел. (097) 818-77- 88
Е-mail:	<i>o.poltavska@knote.edu.ua; poltavska_o@ukr.net</i>
Сторінка курсу в системі дистанційного навчання КНТЕУ	http://ldn.knote.edu.ua/course/view.php?id=582#section-0
Консультації	Відповідно до графіку індивідуальних консультацій, що розмішений на офіційному сайті КНТЕУ (сторінка кафедри готельно-ресторанного бізнесу). Інформація доступна за посилання: https://knote.edu.ua/file/MjAxODk=/31949bc78a23fc2b11f403a337d541e4.pdf

Коротка анотація до курсу - «Маркетинг» займає вагомe місце у навчальному плані підготовки здобувачів освітнього ступеня «бакалавр» за спеціальностями 073 «Менеджмент», спеціалізацією «Готельний і ресторанний

менеджмент» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» та 241 «Готельно-ресторанна справа», спеціалізацією «Готельно-ресторанна справа» галузі знань 24 «Сфера обслуговування».

Дисципліна «Маркетинг» формує у студентів фахові компетентності та надає можливість сформувати у майбутніх фахівців знання, вміння, професійний світогляд у сфері маркетингу готелів і ресторанів, розвинути маркетингове мислення з урахуванням галузевої специфіки та особливостей маркетингової діяльності у готельному і ресторанному бізнесі.

Мова викладання:	українська
Освітній ступінь	«бакалавр»
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування» 24 «Сфера обслуговування»
Спеціальність	073 «Менеджмент» 241 «Готельно-ресторанна справа»
Спеціалізація	«Готельний і ресторанний менеджмент» «Готельно-ресторанна справа»

2. Мета та цілі курсу - вивчення дисципліни «Маркетинг» формує у студентів розуміння теоретичних засад та організаційно-методичних основ функціонування системи маркетингу на підприємстві, а також опануванні ними сучасних методик проведення аналізу ринку, планування маркетингової діяльності та набуття практичних навичок реалізації планів маркетингу.

3. Результати навчання -

Дисципліна «Менеджмент готелів і ресторанів», як основна компонента освітньої програми, забезпечує оволодіння студентами загальними та фаховими компетентностями і досягнення ними програмних результатів

навчання за відповідними освітньо-професійними програмами:

«Готельний та ресторанний менеджмент»(ОС бакалавр)

Номер в освітній програмі	Зміст компетентності	Номер теми, що розкриває зміст компетентності
<i>Загальні компетентності за освітньою програмою</i>		
ЗК 4.	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.	3-4,14,17
ЗК 5.	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.	1-2, 5
ЗК 6.	Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.	2, 6, 10, 18
ЗК 9.	Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.	6, 12-14, 19
ЗК 10.	Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні.	3, 7-9, 11, 18
ЗК 11.	Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.	2, 15-17
ЗК 12.	Здатність генерувати нові ідеї (креативність).	5, 12-14
<i>Спеціальні компетентності за освітньою програмою</i>		
СК2.	Здатність аналізувати результати діяльності організації, зокрема суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.	1-3, 6, 13, 15, 17-18
СК3.	Здатність визначати перспективи розвитку організації.	4-5, 12, 17, 19
СК12.	Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, зокрема суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу, формувати обґрунтовані рішення.	7-11, 14, 16
<i>Програмні результати навчання за освітньою програмою</i>		
РН4.	Демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень.	1, 3,
РН5.	Описувати зміст функціональних сфер діяльності організації.	2, 4-6
РН6.	Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень.	3, 6, 18
РН8.	Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації, зокрема суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.	17, 19
РН11.	Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації, зокрема суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.	5, 10, 13, 19
РН12.	Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації, зокрема суб'єктів	17-19

	<i>готельного та ресторанного бізнесу.</i>	
PH13.	Спілкуватись в усній та письмовій формі державною та іноземною мовами.	2, 5, 10, 19
PH16.	Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.	12-16
PH17.	Виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера.	7-11, 19

«Готельно- ресторанна справа»(ОС бакалавр)

Номер в освітній програмі	Зміст компетентності	Номер теми, що розкриває зміст компетентності
<i>Загальні компетентності за освітньою програмою</i>		
ЗК 02.	Здатність діяти соціально-відповідально та свідомо, реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.	1-2, 5, 19
ЗК 04.	Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.	10-14, 18
ЗК 05.	Здатність працювати в команді.	3, 6-9
ЗК 07.	Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.	5, 13, 15, 19
ЗК 09.	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.	15-17
ЗК 10.	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.	3-4, 14, 17
<i>Спеціальні компетентності за освітньою програмою</i>		
СК 01.	Розуміння предметної області і специфіки професійної діяльності.	1-3
СК 03.	Здатність використовувати на практиці основи діючого законодавства в сфері готельного та ресторанного бізнесу та відстежувати зміни.	4-6
СК 04.	Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії.	10, 12, 15, 19
СК 07.	Здатність розробляти нові послуги (продукцію) з використанням інноваційних технологій виробництва та обслуговування споживачів.	7-9
СК 08.	Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання готельних та ресторанних послуг для різних сегментів споживачів	11-14
СК 11.	Здатність виявляти, визначати й оцінювати ознаки, властивості і показники якості продукції та послуг, що	13, 18

	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.	12-13, 15-17
СК 13.	Здатність здійснювати планування, управління і контроль діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.	17-18
СК 14.	<i>Здатність застосовувати інформаційні технології в управлінні суб'єктами готельного та ресторанного бізнесу</i>	12-14, 18
<i>Програмні результати навчання за освітньою програмою</i>		
РН 01.	Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення законодавства, національних і міжнародних стандартів, що регламентують діяльність суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу	2, 5, 19
РН 04.	Аналізувати сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності та рекреаційного господарства.	1, 3, 6, 18
РН 06.	Аналізувати, інтерпретувати і моделювати на основі існуючих наукових концепцій сервісні, виробничі та організаційні процеси готельного та ресторанного бізнесу.	7-9, 15
РН 08.	Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами готельних та ресторанних послуг	10-12, 14, 16
РН 10.	Розробляти нові послуги (продукцію), використовуючи сучасні технології виробництва та обслуговування споживачів.	12, 14, 16
РН 11.	Застосовувати сучасні інформаційні технології для організації роботи закладів готельного та ресторанного господарства.	14,18
РН 15.	Розуміти економічні процеси та здійснювати планування, управління і контроль діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.	4, 13, 17,
РН 16.	Виконувати самостійно завдання, розв'язувати задачі і проблеми, застосовувати їх в різних професійних ситуаціях та відповідати за результати своєї діяльності.	3, 6, 10, 18
РН 17.	Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань при організації ефективних комунікацій зі споживачами та суб'єктами готельного та ресторанного бізнесу.	10, 13-14
РН 18.	Презентувати власні проекти і розробки, аргументувати свої пропозиції щодо розвитку бізнесу.	12-13, 17-18
РН 19.	Діяти у відповідності з принципами соціальної відповідальності та громадянської свідомості	13, 17, 19

4. Обсяг курсу Дисципліна «Маркетинг», містить 6 кредитів ECTS. Загальна кількість годин 180 з них 56 – лекцій, 56 – практичних і 68 – самостійної роботи студентів.

5. Технічне й програмне забезпечення /обладнання – Вивчення дисципліни передбачає використання комп'ютерної техніки та програмних продуктів (візуальних засобів моделювання)

7. Календарно-тематичний план (схема вивчення курсу)

Назва теми	Кількість годин			Форми контролю	Навчальний тиждень	
	Всього годин / кредитів	з них				
		Лекції	Семінарські (практичні) заняття/ модульний контроль			Самостійна робота студентів
<i>Тема 1. Теоретичні засади маркетингу</i>	11	4	4	3	Т, О, Д, ВЗ, М	1
Тема 2. Ринок готельних та ресторанних послуг як об'єкт маркетингу	11	4	4	3	Т, О, Д, ВЗ, М	2
Тема 3. Маркетингові дослідження ринку готельних та ресторанних послуг	12	4	4	4	Т, О, Д, ВЗ, М	3

Тема 4. Споживач як об'єкт маркетингу	12	4	4	4	Т, О, Д, ВЗ, М	4
<i>Тема 5. Сегмент HoReCa як об'єкт маркетингу</i>	7	2	2	3	Т, О, Д, ВЗ, М	5
Тема 6. Маркетингове середовище суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу	8	2	2	4	Т, О, Д, ВЗ, М	5
Тема 7. Продуктова політика суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу	12	4	4	4	Т, О, Д, ВЗ, М	6
Тема 8. Цінова політика суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу	12	4	4	4	Т, О, Д, ВЗ, М	7
Тема 9. Збутова політика суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу	12	2	2	4	Т, О, Д, ВЗ, М	8
Тема 10. Комунікаційна політика суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу	12	4	4	4	Т, О, Д, ВЗ, М	8-9
Тема 11. Рекламна політика суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу	8	4	4	4	Т, О, Д, ВЗ, М	9-10
Тема 12. Брендинг суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу	8	2	2	4	Т, О, Д, ВЗ, М	10
Тема 13. Сервісний маркетинг суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу	7	2	2	3	Т, О, Д, ВЗ, М	11
Тема 14. Інтернетмаркетинг суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу	12	4	4	4	Т, О, Д, ВЗ, М	11-12
Тема 15. Внутрішній маркетинг суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу	7	2	2	3	Т, О, Д, ВЗ, М	12
Тема 16. Прямий маркетинг суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу	7	2	2	3	Т, О, Д, ВЗ, М	13
Тема 17. Планування маркетингової	8	2	2	4	Т, О, Д, ВЗ,	13

діяльність суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу					М	
Тема 18. Аудит маркетингової діяльності суб'єкта готельного та ресторанного бізнесу	7	2	2	3	Т, О, Д, ВЗ, М	14
Тема 19. Міжнародний маркетинг сегменту HoReCa	7	2	2	3	Т, О, Д, ВЗ, М	14
<i>Всього</i>	180/6	56	56	68	Екзамен	
Підсумковий контроль – письмовий екзамен						

8. Система оцінювання та вимоги

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

– поточний контроль – опитування (10 балів); тестування (20 балів); вирішення практичних завдань, кейсів, презентації, модерації, (20 балів); вирішення індивідуальних творчих завдань (20 балів); есе (10 балів); контрольна 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)

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 КНТЕУ всі студенти допускаються до складання екзамену..

11. Основні джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства: Навч. посібник Л.В. Балабанова, В.В. Холод, І.В. Балабанова – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 612 с. *
2. Мазаракі А.А., Шаповал С.Л., Мельниченко С.В. та ін. HoReCa : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.: у 3-х т. т.1 : Готелі / за ред. А.А.Мазаракі; авт.: А.А.Мазаракі, С.Л. Шаповал, С.В. Мельниченко та ін. – 2-ге вид., виправл. і допов. – Київ : КНТЕУ, 2017. – 411 с. – Бібліогр.: с. 407-411.
3. Мазаракі А.А., Шаповал С.Л., Мельниченко С.В. та ін. HoReCa : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.: у 3-х т. т.2 : Ресторани / за ред. А.А.Мазаракі; авт.: А.А.Мазаракі, С.Л. Шаповал, С.В. Мельниченко та ін. – Київ : КНТЕУ, 2017. – 311 с.
4. Маркетингові комунікації : навч.посіб. для студентів / [П.В. Захарченко та ін.]. К. : КНУБА, 2016. – 151 с.
5. Окландер М.А. Поведінка споживача: навч.посіб. / М.А. Окландер, І.О. Жарська. – Київ : Центр навч. літ., 2014. – 208с.
6. Полторац В.А. Маркетингові дослідження: Навчальний посібник / В.А. Полторац, І.В. Тараненко, О.Ю. Красовська. – К.: Центр навчальної літератури. – 2013. – 417 с. (Гриф МОНУ).*
7. Тимошенко З.І., Мунін Г.Б., Дишлевий В.П. Маркетинг готельно-ресторанного бізнесу. – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2007. – 246с.*