



HoReCa : підручник : Т. 6. Стратегічний маркетинг / М. Г. Бойко, М. В. Босовська, Н. І. Ведмідь та ін. ; за ред. А. А. Мазаракі. – Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2024. – 172 с.

ISBN 978-966-918-155-8

DOI: 10.31617/m.knute.2024-345

У підручнику систематизовано теоретичний матеріал зі стратегічного маркетингу у сфері HORECA, який формує сукупність знань, практичних умінь та навичок щодо застосування стратегічного маркетингу для досягнення конкурентних переваг суб'єктів готельного й ресторанного бізнесу, формування маркетингових та конкурентних стратегій, здійснення сегментації та вибору цільового ринку, диференціації та позиціонування. У структуру підручника включено кейси.

Видання підготовлене для здобувачів вищої освіти освітніх програм «Менеджмент», «Готельно-ресторанна справа», «Туризм та рекреація», а також може бути корисним для слухачів бізнес-тренінгів, викладачів, підприємців.

Зам. 345/24

Ціна 400,00 грн

ЗМІСТ

ВСТУП	5
Тема 1. СУТНІСТЬ, ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ В ГОТЕЛЬНОМУ І РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	7
1.1. Стратегічний маркетинг як концепція та складова системи управління підприємством	7
1.2. Термінологічний апарат стратегічного маркетингу	13
1.3. Технології SMART як інструментарій стратегічного маркетингу	16
Питання до теми 1	20
Кейси за темою 1	20
Тема 2. ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ	23
2.1. Сутність інформаційно-аналітичного забезпечення стратегічного маркетингу в умовах цифровізації	23
2.2. Функції інформаційно-аналітичного забезпечення стратегічного маркетингу	25
2.3. Інформаційно-аналітичне забезпечення стратегічного маркетингу на ієрархічних рівнях управління	28
Питання до теми 2	30
Кейси за темою 2	30
Тема 3. МАРКЕТИНГОВИЙ СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА ГОТЕЛЬНОГО І РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	32

3.1. Компоненти підприємницького середовища готельного і ресторанного бізнесу.....	32
3.2. Маркетинговий стратегічний аналіз підприємницького середовища.....	36
3.3. Етапи маркетингового стратегічного аналізу підприємницького середовища	41
Питання до теми 3	48
Кейси за темою 3	48
Тема 4. МАРКЕТИНГОВИЙ СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА СУБ'ЄКТІВ ГОТЕЛЬНОГО І РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	51
4.1. Мета маркетингового стратегічного аналізу внутрішнього середовища підприємства	51
4.2. Функціональні та інструментальні цілі маркетингового стратегічного аналізу	55
4.3. Методи маркетингового стратегічного аналізу внутрішнього середовища суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу.....	59
Питання до теми 4	67
Кейси за темою 4	67
Тема 5. МАРКЕТИНГОВИЙ СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ СПОЖИВАЧІВ ГОТЕЛЬНИХ ТА РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ	70
5.1. Маркетинговий стратегічний аналіз потреб споживачів готельних та ресторанних послуг	70
5.2. Структура споживчої цінності готельної послуги та ресторанної продукції.....	71
5.3. Методи маркетингового стратегічного аналізу споживачів готельних та ресторанних послуг	76
Питання до теми 5	78
Кейси за темою 5	78
Тема 6. МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ В ГОТЕЛЬНОМУ І РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	81
6.1. Теоретичні основи формування маркетингової стратегії підприємства	81
6.2. Маркетингові стратегії в ієрархії стратегій підприємства.....	89
6.3. Сутність маркетингової стратегії як функціональної.....	92
6.4. Взаємозв'язок корпоративної та функціональної маркетингової стратегії	95
6.5. Взаємозв'язок бізнес-стратегії та функціональної маркетингової стратегії	102
Питання до теми 6	109
Кейси за темою 6	109
Тема 7. ЦИФРОВІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ У ГОТЕЛЬНОМУ І РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	112
7.1. Цифровізація маркетингової діяльності	112
7.2. Управління досвідом споживача. Крауд-маркетинг	114
7.3. Види цифрового маркетингу у готельному та ресторанному бізнесі	122
Питання до теми 7	126
Кейси за темою 7	126

Тема 8. МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ СЕГМЕНТАЦІЇ РИНКУ, ВИБОРУ ЦІЛЬОВОГО РИНКУ, ПОЗИЦІОНУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ ГОТЕЛЬНОГО І РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....	128
8.1. Сутність STP-маркетингу	128
8.2. Сегментація ринку готельних та ресторанних послуг.....	129
8.3. Цільовий ринок підприємств готельного і ресторанного бізнесу	135
8.4. Позичювання підприємств на ринку готельних та ресторанних послуг	142
Питання до теми 8	144
Кейси за темою 8	145
Тема 9. МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ВЗАЄМОВІДНОСИН НА РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ТА РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ	148
9.1. Концепція маркетингу взаємовідносин у системі стратегічного маркетингу.....	148
9.2. Формування мережі взаємовідносин на ринку готельних та ресторанних послуг	150
9.3. Маркетингова технологія CRM на ринку готельних та ресторанних послуг	152
Питання до теми 9	155
Кейси за темою 9	155
Тема 10. КОНТРОЛІНГ У СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ.....	158
10.1. Сутність контролінгу.....	158
10.2. Інструментарій стратегічного контролінгу маркетингових стратегій	160
10.3. Завдання стратегічного контролю маркетингових стратегій	162
Питання до теми 10.....	165
Кейси за темою 10.....	166
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	167