

# ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



## ПОГОДЖУЮ

Гарант освітньої програми

Олена КРУКОВСЬКА

від "1" вересня 2023 року

## ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Катерина НІКІТЕНКО

Протокол засідання кафедри

Готельно-ресторанного та туристичного  
бізнесу ХДАЕУ

від "1" вересня 2023 року №2

## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### Маркетинг ГРБ

Назва навчальної дисципліни

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Освітня програма – Готельно-ресторанна справа

Спеціальність – 241 Готельно-ресторанна справа

Галузь знань – 24 Сфера обслуговування

Кропивницький – 2023

### Загальна інформація

<b>Назва навчальної дисципліни</b>	Маркетинг ГРБ
<b>Факультет</b>	Економічний
<b>Назва кафедри</b>	Готельно-ресторанного та туристичного бізнесу
<b>Викладач</b>	Бойко Вікторія Олександрівна, к.е.н., доцент, доцент кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу <a href="mailto:boiko.vo17@gmail.com">boiko.vo17@gmail.com</a>
<b>Контактна інформація</b>	+380663328031; <a href="mailto:boiko.vo17@gmail.com">boiko.vo17@gmail.com</a> ; <a href="mailto:boiko_v@ksaeu.kherson.ua">boiko_v@ksaeu.kherson.ua</a>
<b>Графік консультацій</b>	Консультації online: Viber +380663328031, Zoom
<b>Програма дисципліни</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основи маркетингової діяльності підприємства, основні елементи та види маркетингу.</li> <li>2. Маркетингове середовище підприємства.</li> <li>3. Сутність та специфіка маркетингу послуг.</li> <li>4. Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку та можливостей підприємств.</li> <li>5. Дослідження конкурентного середовища ГРБ.</li> <li>6. Товарна політика підприємств готельного та ресторанного господарства.</li> <li>7. Цінова політика підприємств готельного та ресторанного господарства та сфери туризму.</li> <li>8. Політика розповсюдження послуг підприємств готельного та ресторанного господарства та сфери туризму.</li> <li>9. Комунікаційна політика підприємств готельного та ресторанного господарства.</li> <li>10. Планування маркетингу підприємств ГРБ.</li> </ol>
<b>Мова викладання</b>	українська

#### 1. Анотація курсу

<b>Анотація курсу</b>	Дисципліна спрямована на формування фахових компетентностей щодо ефективної діяльності сучасних закладів готельно-ресторанного бізнесу. Характерною особливістю закладів готельно-ресторанного бізнесу є можливість надавати велику кількість нових послуг і продукції, а це вимагає постійного опанування сучасних методик проведення аналізу маркетингового середовища, вибору цільового сегмента споживачів, розробки ефективної товарної, цінової, комунікаційної політики та політики розповсюдження.
<b>Інформаційний пакет дисципліни</b>	<a href="http://dspace.ksau.kherson.ua">http://dspace.ksau.kherson.ua</a>

#### 2. Мета та завдання курсу

<b>Мета викладання дисципліни</b>	Формування у студентів системи теоретичних знань із маркетингових стратегій і практичних навичок управління маркетинговою діяльністю закладів готельно-ресторанного господарства та сфери туризму на базі вивчення законодавчих документів, нормативної, спеціальної, довідкової літератури та ресурсів всесвітньої мережі Інтернет.
<b>Завдання вивчення</b>	Вивчення сутності та сфери маркетингу; дослідження впливу маркетингового середовища на діяльність

<b>дисципліни</b>	підприємств; розроблення маркетингових стратегій та інноваційної політики, які спрямовані на задоволення потреб споживачів послуг готельно-ресторанних закладів та туристичної сфери.
-------------------	---

### 3. Програмні компетентності та результати навчання

<b>Компетентності здобувача вищої освіти, сформовані в результаті вивчення курсу</b>	
<b>Інтегральна компетентність</b>	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми діяльності суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу, що передбачає застосування теорій та методів системи наук, які формують концепції гостинності і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
<b>Загальні</b>	<b>ЗК 03.</b> Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. <b>ЗК 05.</b> Здатність працювати в команді. <b>ЗК 09.</b> Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
<b>Спеціальні (фахові)</b>	<b>СК 01.</b> Розуміння предметної області і специфіки професійної діяльності. <b>СК 08</b> Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання готельних та ресторанних послуг для різних сегментів споживачів <b>СК 11.</b> Здатність виявляти, визначати й оцінювати ознаки, властивості і показники якості продукції та послуг, що впливають на рівень забезпечення вимог споживачів у сфері гостинності;
<b>Програмні результати навчання (ПРН)</b>	
<b>ПРН</b>	<b>ПРН 04.</b> Аналізувати сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності та рекреаційного господарства. <b>ПРН 06.</b> Аналізувати, інтерпретувати і моделювати на основі існуючих наукових концепцій сервісні, виробничі та організаційні процеси готельного та ресторанного бізнесу. <b>ПРН 10.</b> Розробляти нові послуги (продукцію), використовуючи сучасні технології виробництва та обслуговування споживачів. <b>ПРН 18.</b> Презентувати власні проекти і розробки, аргументувати свої пропозиції щодо розвитку бізнесу.

### 4. Місце навчальної дисципліни у структурі освітньої програми

<b>Рік викладання</b>	2023-2024 н.р.
<b>Семестр</b>	5-й
<b>Курс</b>	3
<b>Обов'язкова компонента / Вибіркова компонента</b>	Обов'язкова компонента
<b>Пререквізити</b>	«Вступ до фаху», «Економічна теорія», «Основи індустрії гостинності та туризму»
<b>Постреквізити</b>	«Рекреалогія і організація санаторно-курортної справи», «Конкуренентоспроможність підприємств сектору ГР послуг», «Бізнес-планування в ГРБ», «Проектування об'єктів ГРБ»

### 5. Обсяг курсу на поточний навчальний рік

<b>Кількість кредитів / годин</b>	3/90
<b>Лекції</b>	20 годин
<b>Практичні / Семінарські</b>	24 годин
<b>Лабораторні</b>	-
<b>Самостійна/ Індивідуальна робота</b>	46 годин
<b>Форма підсумкового контролю</b>	Залік

#### 6. Технічне та програмне забезпечення / обладнання

<b>Технічне та програмне забезпечення</b>	Програмне забезпечення для роботи з освітнім контентом дисципліни та виконання передбачених видів освітньої діяльності: DSpace. Вивчення курсу не потребує використання програмного забезпечення крім загальнонавчаних програм та операційних систем Microsoft Office.
<b>Обладнання</b>	Персональний комп'ютер (ноутбук), мультимедійне обладнання (для презентацій на лекційних та практичних заняттях), персональні комп'ютери для проведення тестування (поточний, рубіжний контроль) та перевірки виконаних завдань.

#### 7. Політика курсу

<b>Загальні вимоги</b>	Здобувачі вищої освіти повинні планомірно та систематично засвоювати навчальний матеріал. Активно працювати під час практичних занять, брати участь в обговоренні дискусійних питань та кейсів, повною мірою долучатись до активних форм навчання. Заохочується робота у наукових гуртках, підготовка тез доповідей та участь у конференціях, підготовка та публікація наукових статей, участь у конкурсах наукових робіт та інше.
<b>Політика щодо дедлайнів і перескладання</b>	Усі завдання передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. Письмові роботи, надані з порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання тем відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин. Ліквідація заборгованості відбувається протягом 1 тижня після встановленого терміну. При цьому оцінка знижується на 5 балів.
<b>Політика щодо відвідування</b>	Відвідування занять є обов'язковим. Процедура відпрацювання попушених занять з об'єктивних причин (хвороба, міжнародне стажування). Не запізнюватись на заняття. Дотримуватись техніки безпеки. Завчасно ознайомлюватись з темою практичної роботи. Пропущенні заняття відпрацьовувати у встановлений викладачем час.
<b>Політика щодо виконання завдань</b>	Позитивно оцінюються відповідальність, старанність, креативність, фундаментальність. Під час підготовки до практичних занять виконання самостійної роботи необхідно спиратись на конспект лекцій та рекомендовану літературу. Водночас вітається використання інших джерел з альтернативними поглядами на ті чи інші питання задля формування продуктивної дискусії та різнобічного вивчення тем дисципліни

<b>Академічна доброчесність</b>	Роботи здобувачів є виключно оригінальним дослідженням чи міркуванням. Будь-яке списування або плагіат (використання, копіювання підготовлених завдань та/або розв'язання задач іншими здобувачами) тягне за собою анулювання зароблених балів. Використання друкованих і електронних джерел інформації під час підсумкового контролю, виконання контрольних робіт заборонено. Списування під час контрольних, тестових робіт та протягом залікової роботи заборонено.
---------------------------------	--

## 8. Структура курсу

Номер тижня	Вид занять	Тема заняття або завдання на самостійну роботу	Кількість				балів
			годин				
			Лк	лаб.	сем. / пр.	СР	
<b>Змістова частина 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МАРКЕТИНГУ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ ІНДУСТРІЇ</b>							
1	Тема 1	Основи маркетингової діяльності підприємства, основні елементи та види маркетингу.	2	-	2	4	6
2	Тема 2	Маркетингове середовище підприємства.	2	-	2	4	6
3	Тема 3	Сутність та специфіка маркетингу послуг.	2	-	2	4	6
4	Тема 4	Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку та можливостей підприємств.	2	-	2	4	6
	ПК ЗЧ 1	Підсумкова контрольна робота №1	-	-	-	-	20
<b>Змістова частина 2. ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА</b>							
5	Тема 5	Дослідження конкурентного середовища ГРБ.	2	-	2	4	6
6	Тема 6	Товарна політика підприємств готельного та ресторанного господарства.	2	-	2	4	6
7	Тема 7	Цінова політика підприємств готельного та ресторанного господарства та сфери туризму.	2	-	4	4	6
8	Тема 8	Політика розповсюдження послуг підприємств готельного та ресторанного господарства та сфери туризму.	2	-	2	6	6

9	Тема 9	Комунікаційна політика підприємств готельного та ресторанного господарства.	2	-	2	6	6
10	Тема 10	Планування маркетингу підприємств ГРБ.	2	-	4	6	6
	ПК ЗЧ 2	Підсумкова контрольна робота №2	-	-	-	-	20
	Сума		20	-	24	46	100

### 9. Форми і методи навчання

<b>Лекція</b>	Словесні методи навчання: пояснення (інформаційно-повідомлювальне, інструктивне-практичне, пояснювально-спонукальне, система зображально-виражальних засобів. Словесний метод (лекція – вступна, тематична, оглядова, підсумкова). Проведення лекційних занять включає: викладення теоретичного матеріалу, оглядові лекції з використанням наочного матеріалу, опорного конспекту, лекції візуалізації з використанням мультимедійних технологій Наочні методи навчання, ілюстрування.
<b>Практичні /Семінарські</b>	Практичні методи: розв'язок задач, розрахунок показників на основі звітності підприємства, розв'язання тестових завдань, представлення студентами доповідей за індивідуальними темами, семінари, дискусії, бесіди, дебати, робота над індивідуальними завданнями.
<b>Лабораторні</b>	-
<b>Самостійна робота</b>	У межах навчальних годин, виділених на самостійну роботу передбачено виконання реферату та практичних завдань
<b>Індивідуальна робота</b>	Виконання наукового дослідження, роботу в командах із розв'язування поставленої проблематики

### 10. Система контролю та оцінювання

<b>Поточний контроль</b>
<p>Поточний контроль проводиться впродовж семестру з метою забезпечення зворотного зв'язку між викладачем і здобувачами у процесі навчання та для перевірки рівня теоретичної й практичної підготовки здобувачів на кожному етапі вивчення навчальної дисципліни. Поточний контроль здійснюється на семінарських та практичних заняттях. Одержані результати поточного контролю використовуються для коригування методів і засобів навчання студентів, організації їх самостійної роботи та при підсумковому контролі й оцінюванні знань здобувачів.</p> <p>Види поточного контролю: усний (опитування), письмовий (тестовий).</p> <p>Форми поточного контролю: фронтальне та індивідуальне опитування (за активність на практичних заняттях додатково студент отримує 3 бали), проведення термінологічних диктантів, практичних ситуацій тощо.</p> <p>Оцінювання знань здобувачів на основі поточного контролю відбувається: а) способом перевірки систематичності та активності роботи здобувача над вивченням програмного матеріалу курсу протягом семестру; б) способом виконання завдань самостійної роботи здобувача.</p>

### Підсумковий контроль за змістовою частиною

Дві ПК ЗЧ передбачено за результатами вивчення тем розділу 1 і розділу 2. Для проведення підсумкового контролю розроблено контрольні завдання. Варіанти завдань для підсумкового контролю є рівнозначні за трудомісткістю.

### Підсумковий контроль

Формою підсумкового контролю є залік, що виставляється на основі результатів поточного контролю та виконання завдань самостійної роботи. Мінімальна кількість балів, за якою студент отримує залік – 60 балів. Основні вимоги до контролю знань наведені у Положенні про оцінювання знань здобувачів ВО ХДАЕУ.

### Розподіл балів з дисципліни

Поточне оцінювання і контроль змістових частин (бали)												Підсумкова оцінка (залік)
Змістова частина 1					Змістова частина 2							
T1	T2	T3	T4	ПК ЗЧ 1	T5	T6	T7	T8	T9	T10	ПК ЗЧ 2	
Max 6	Max 6	Max 6	Max 6	Max 20	Max 6	Max 6	Max 6	Max 6	Max 6	Max 6	Max 20	Max 100

### Шкала оцінювання

Шкала рейтингу ХДАЕУ	Оцінка за шкалою ECTS	Оцінка за національною шкалою
90 – 100	A	відмінно
82-89	B	добре
74-81	C	
64-73	D	задовільно
60-63	E	
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

### 11. Рекомендована література та інформаційні ресурси

#### Основна література

- Іванова Л. О. Маркетинг послуг : навчальний посібник / Л. О. Іванова, Б. Б. Семак, О. М. Вовчанська. Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с.
- Мальська М. П. Основи маркетингу у туризмі [текст] підручник. / М. П. Мальська, Н. Л. Мандюк – К.: «Центр учбової літератури», 2016. – 336 с

	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Маркетинг у туризмі : підручник / Н. Є. Летуновська, О. В. Люльов. – Суми : Сумський державний університет, 2020. 270 с.</li> <li>4. Перезозова, І. В. Стратегічний маркетинг : навч. посіб. / І. В. Перезозова, Н. Б. Юрченко. Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2017. 256 с.</li> <li>5. Петруня Ю. Є. Маркетинг : навчальний посібник / Ю.Є. Петруня, В. Ю. Петруня. 3-тє вид., переробл. і доповн. Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с.</li> <li>6. Полінкевич О. М. Маркетинг туризму та готельно-ресторанної справи : навч. посіб. Луцьк : ЛНТУ, 2022. 288 с.</li> <li>7. Савицька Н.Л. Управління результативністю маркетингу: навчально-методичний посібник. У 2-х ч. Ч.1 / Н.Л. Савицька, І.Ю. Мелушова. Харків: ХДУХТ, 2018. 116 с.</li> </ol>
<b>Додаткова</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Безугла Л. С. Маркетинг закупівель : навч. посіб. / Л. С. Безугла, Н. І. Демчук. Дніпро : Видавець Біла К. О., 2019. 240 с.</li> <li>2. Брич В. Я. Туроперейтинг : підручник / за заг. ред. В. Я. Брича. – Тернопіль : Екон. думка ТНЕУ, 2017. 440 с.</li> <li>3. Драгомирецька Н. М. Комунікативна діяльність в державному управлінні : навч. пос. / Н.М. Драгомирецька, К.С. Кандагура, А.В. Букач. Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2017 180 с.</li> <li>4. Корж Н. В. Управління туристичними дестинаціями : підручник / Н. В. Корж, Д. І. Басюк. – Вінниця : ПП «ГД Едельвейс і К», 2017. 322 с.</li> <li>5. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник / за заг. ред. Я.С. Ларіної та О.М. Барилевич. К.: 2016. 225 с.</li> <li>6. Маркетингові дослідження : навч. посіб. / Безугла Л.С., Ільченко Т.В., Юрченко Н.І. та ін. Дніпро: Видавець Біла К.О., 2019. 300 с.</li> <li>7. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник / уклад. І. В. Король; МОН України, Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини. Умань : Візаві, 2018. 191 с.</li> <li>8. Товарознавство та комерційна діяльність: підручник / В. Л. Дикань, А. О. Каграманян, Н. Є. Каличева та ін. Харків : УкрДУЗТ, 2018. 362 с.</li> </ol>
<b>Інформаційні ресурси</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Інформаційно-аналітичний Інтернет-ресурс для фахівців у сфері подорожей та гостинності «TOURBUSINESS» [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <a href="http://www.tourbusiness.ua/about/">http://www.tourbusiness.ua/about/</a></li> <li>2. Офіційна Інтернет-сторінка Всесвітньої туристичної організації [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <a href="http://www.unwto.org/">http://www.unwto.org/</a></li> <li>3. Офіційна Інтернет-сторінка Державного агентства України з туризму і курортів [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <a href="http://www.tourism.gov.ua/ua/">http://www.tourism.gov.ua/ua/</a></li> <li>4. Офіційна Інтернет-сторінка Туристичної асоціації України [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <a href="http://www.tau.org.ua/">http://www.tau.org.ua/</a></li> <li>5. Сливенко В. А. Класичні та сучасні бізнес стратегії туристичних підприємств [Електронний ресурс] / В.</li> </ol>



А. Сливенко, А. О. Єрмакова // Ефективна економіка. – 2018. – № 11. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6705>.

6. Тимошенко З.І. Маркетинг готельного продукту [Електронний ресурс] / З.І. Тимошенко, Г.Б. Мунін, В.П. Дишлевий. - Режим доступу : [www.tourism-book.com](http://www.tourism-book.com).

7. Туристичний портал України «Стежка^т» [Електронний ресурс]. - Режим до ступу : <http://www.stejka.com/ukr/>