**ПЗВО «МІЖНАРОДНИЙ КЛАСИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ІМЕНІ ПИЛИПА ОРЛИКА»**

ФАКУЛЬТЕТ інженерно-технологічний

КАФЕДРА туризму та готельно-ресторанної справи

**«ЗАТВЕРДЖЕНО**

**на засіданні кафедри менеджменту та фінансів**

 **Протокол № 1 від «30» 08. 2021 р.**

**Завідувачка кафедри Рябенко Г. М.**

.

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ/ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ**

**МАРКЕТИНГ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

**Освітня програма:**  **«Готельно-ресторанна справа»**

**Спеціальність: 241 «Готельно-ресторанна справа»**

**Галузь знань: 24 «Сфера обслуговування»**

Миколаїв-2021

|  |
| --- |
| 1. **Загальнаінформація про дисципліну**
 |
| \\192.168.1.8\tmp\8.jpg | Силабус навчальної дисципліни «Маркетинг готельно-ресторанного господарства» Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»Освітня програма «Готельно-ресторанна справа» |
| Рівень вищої освіти | Бакалавр |
| Статус дисципліни | Обов’язкова  |
| Посилання на сайт дистанційного навчання (Moodle) | http://217.77.221.189:808 |
| Викладач (ПІБ, науковий ступінь, наукове звання, посада) | Звягінцева О.Б., д.е.н., доцент, професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи |
| Контактна інформація викладача (телефон, E-mail викладача) | 0503365035, olga.boris@ukr.net |
| Консультації | За попередньою домовленістю Viber+380503365035 в робочі дні з 9.30 до 17.30) |
| Мова викладання | Українська |
| 1. **Опис дисципліни**
 |
| Мета викладання дисципліни | формування сучасної системи поглядів та спеціальних знань у галузі маркетингу, набуття практичних навичок щодо просування товарів на ринку з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємства |
| Формат проведення дисципліни | Очний, змішаний (поєднання традиційних форм навчання з елементами електронногонавчання через систему Moodle), дистанційний. Для заочної форми здобуття освіти можливим є поєднання очного та дистанційного форматів викладання дисципліни. |
| 1. **Перелік компетентностей відповідно до освітньої програми**
 |
| Загальні компетентності | ЗК 03. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.ЗК 09. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК 10. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.  |
| Спеціальні (фахові, предметні) компетентності | СК 01. Розуміння предметної області і специфіки професійної діяльності.СК 02. Здатність організовувати сервісно-виробничий процес з урахуванням вимог і потреб споживачів та забезпечувати його ефективність.СК 03. Здатність використовувати на практиці основи діючого законодавства в сфері готельного та ресторанного бізнесу та відстежувати зміни.СК 05.Здатність управляти підприємством, приймати рішення у господарській діяльності суб’єктів готельного та ресторанного бізнесу.СК 08. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання готельних та ресторанних послуг для різних сегментів споживачівСК 11. Здатність виявляти, визначати й оцінювати ознаки, властивості і показники якості продукції та послуг, що 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.СК 13.Здатність здійснювати планування, управління і контроль діяльності суб’єктів готельного та ресторанного бізнесу |
| 1. **Програмні результати навчання відповідно до освітньої програми**
 |
| РН 10. Розробляти нові послуги (продукцію), використовуючи сучасні технології виробництва та обслуговування споживачів.РН 11. Застосовувати сучасні інформаційні технології для організації роботи закладів готельного та ресторанного господарства.РН 15. Розуміти економічні процеси та здійснювати планування, управління і контроль діяльності суб’єктів готельного та ресторанного бізнесу.РН 18. Презентувати власні проекти і розробки, аргументувати свої пропозиції щодо розвитку бізнесу. |
| 1. **Ознаки дисципліни**
 |
| Семестр | Кількість кредитів | Загальна кількість годин | Аудиторна робота | Самостійна робота | Вид підсумкового контролю |
| 7 | 6 | 180 | 72 | 108 | іспит |
| 1. **Обсяг дисципліни**
 |
| **Види навчальної роботи** | **Загальна кількість годин** |
| Лекції | 36 |
| Семінарські/Практичні/Лабораторні заняття | 36 |
| Самостійна робота | 108 |
| ***Всього*** | 180 |
| 1. **План вивчення навчальної дисципліни**
 |
| Тема | Кількість годин |
| лекції | практичні, семінарські, лабораторні заняття | самостійна робота |
| Тема 1 .Сутність основних термінів маркетингу та розвиток його концепцій  | 4 | 4 | 12 |
| Тема 2. Система та характеристики сучасного маркетингу | 4 | 4 | 12 |
| Тема 3. Структура системи маркетингу  | 4 | 4 | 12 |
| Тема 4. Маркетингові інформаційні системи. Маркетингові дослідження | 4 | 4 | 12 |
| Тема 5. Маркетингова товарна політика  | 4 | 4 | 12 |
| Тема 6. Маркетингова цінова політика  | 4 | 4 | 12 |
| Тема 7. Маркетингова політика розподілу | 4 | 4 | 12 |
| Тема 8. Комплекс маркетингових комунікацій | 4 | 4 | 12 |
| Тема 9. Організація та контроль маркетингової діяльності | 4 | 4 | 12 |
| Загальна кількість годин | **36** | **36** | **108** |
| 1. **Самостійна робота здобувача**
 |
| Тема | Завдання для самостійної роботи здобувачів | Рекомендована література |
| Тема 1 .Сутність основних термінів маркетингу та розвиток його концепцій  | огляд літератури | 1, 2, 7, 10, 21 |
| Тема 2. Система та характеристики сучасного маркетингу | огляд літератури | 3, 4, 7, 11, 15, 24 |
| Тема 3. Структура системи маркетингу  | огляд літератури | 5, 6, 8, 9, 12, 14, 25 |
| Тема 4. Маркетингові інформаційні системи. Маркетингові дослідження | огляд літератури | 7, 10, 12, 14, 20 |
| Тема 5. Маркетингова товарна політика  | огляд літератури | 11, 16, 17, 19, 22 |
| Тема 6. Маркетингова цінова політика  | огляд літератури | 18, 25 |
| Тема 7. Маркетингова політика розподілу | огляд літератури | 5, 10, 12, 23 |
| Тема 8. Комплекс маркетингових комунікацій | огляд літератури | 11, 12, 13, 15, |
| Тема 9. Організація та контроль маркетингової діяльності | огляд літератури | 1, 5 |
| 1. **Технічне та програмне забезпечення (обладнання)**
 |
| Ноутбук, персональний комп’ютер, мобільний пристрій (телефон, планшет) з підключенням до Інтернет для комунікації та опитувань; виконання домашніх завдань; виконання завдань самостійної роботи; проходження тестування (поточний, підсумковий контроль). Програмне забезпечення для роботи з освітнім контентом дисципліни та виконання передбачених видів освітньої діяльності: Програмне забезпечення MS Windows XP; Star Office; 1С 7.7; CS TradeQuote 8; Internet Explorer; Win RAR; AdobeReader 9. |
| 1. **Список літератури**
 |
| Основна література | 1. Звягінцева О.Б. Азбука маркетингу. Словник / О.Б. Звягінцева // Одеса : СПД Хавроненко В.В., 2010. – 111 с.
2. Звягінцева О.Б. Основні принципи і закони маркетингу / О.Б. Звягінцева // Економіка. Фінанси. Право. – Київ, 2011. – Вип. 9. – С. 13-17.
3. Звягінцева О.Б. Маркетинг: Навчальний посібник / О.Б. Звягінцева // Одеса : БВВ, 2012. – 444 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. / Ф. Котлер. – 11-е изд. ; пер. с анг. – СПб. : Питер, 2005. – 800 с.
5. Котлер Ф. Основы маркетинга : учебник для вузов / Ф. Котлер, Г. Армстронг. – 9-е изд. ; пер. с англ. – М. : Вильямс, 2003. – 1200 с.
6. Котлер Ф. Хаотика: управління та маркетинг в епоху турбулентності / Ф. Котлер, Дж.А. Касліоне ; [пер. з англ. за ред. Т.В. Співаковської, С.В. Співаков­ського]. – К. : Хімджест, ПЛАСКЕ, 2009. – 208 с.
7. Липчук В.В., Дудяк А.П., Бугіль С.Я. Маркетинг: основи теорії та практики навч. посіб. /за ред. В.В. Липчука. – 2-е вид., доп. і випр. – Л.: Новий світ, 2003. – 288 с.
8. Полторак В.А. Маркетингові дослідження: навч.посібн. /В.А.Полторак; Дніпропетров. ун-т економіки та права. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: ЦУЛ, 2003. – 387 с.
9. Tєлєтов О.С. Маркетинг у промисловості: підруч. /О.С. Tєлєтов; Сум.держ.ун-т . – К: Центр навч. л-ри, 2004. – 248 с.
10. Щербань В.М. Маркетинговий менеджмент: Навч.посібник. – К.: Центр навч. літератури, 2006. – 224 с.
 |
| Додаткова література | 1. Беквит Г. Продавая незримое / Г. Беквит ; пер. с англ. – М. : Экономика, 1999. – 101 с.
2. Вачевський М.В., Примаченко Н.М., Баб'як М.М. Маркетингова культура у підприємництві: навч.посібн. – К.: Центр навч. л-ри, 2005. – 128 с.
3. Горелкина Е. Купить ресторан. Продать ресторан / Е. Горелкина. – М. : Вершина, 2007. – 192 с.
4. Дугіна С.І. Маркетингова цінова політика / С.І. Дугіна. – К. : КНЕУ, 2005. – 393 с.
5. Звягінцева О.Б. Дослідження особливостей ресторанних послуг в ході розробки комплексу маркетингу харчових підприємств / О.Б. Звягінцева // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. – Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ. – 2011. – № 3. – С. 10-20.
6. Зигель С. Ресторанный сервис / С. Зигель, Л. Зигель, Х. Ленгер и др. ; пер. с нем. Ю.О. Бема. – М. : Центрполиграф, 2007. – 288 с.
7. Карпов В.А., Кучеренко В.Р. Маркетинг:прогнозування кон'юнктури ринку: Навч. посібник. Рек.МО і науки України для студ. екон. спец. вузів . – К.: Знання, КОО, 2001. – 215 с.
8. Котлер Ф. 300 ключевых вопросов маркетинга: отвечает Филип Котлер / Ф. Котлер ; пер. с англ. О. Литвиновой. – М. : Олимп-Бизнес, 2006. – 224 с.
9. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Дж. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. ; пер. с англ. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 1046 с.
10. Котлер Ф. Новые маркетинговые технологии. Метод. созд. гениальных идей / Ф. Котлер, Триас де Без Ф. ; пер. с англ. – СПб. : Нева, 2004. – 192 с.
11. Лавлок К. Маркетинг услуг : персонал, технологии, стратегии. / К. Лавлок ; пер. с англ. Т.В. Безвенюк. – М. : Вильямс, 2005. – 1008 с.
12. Лук’янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій : навч. посіб. / Т.І. Лук’янець. – 2-ге вид., доп. і перероб. – К. : КНЕУ, 2003. — 524 с.
13. Мтвралашвили Г.И. Прибыльный ресторан. Советы владельцам и управляющим / Г.И. Мтвралашвили. – СПб. : Питер, 2010. – 256 с.
14. Норіцина Н. Маркетингова політика комунікацій : курс лекцій / Н. Но­рі­ци­­на. – К. : МАУП, 2003. – 120 с.
15. Сала Ю. Маркетинг в общественном питании / Ю. Сала. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 240 с.
16. Циба Т. Є. Маркетингове планування: Навч. посібник / Т. Є. Циба, М. І. Сокур, В. І. Баюра. – К.: ЦНЛ, 2007. – 128 с.
 |
| Інформаційні ресурси в Інтернеті | 1. www.[uam.in.ua](http://uam.in.ua/) - Українська асоціація маркетингу
2. [www.marketing.vc](http://www.marketing.vc) – База маркетинговой информации
3. [www.business.ua](http://www.business.ua) – газета „Бизнес”
4. [www.promarketing.com.ua](http://www.promarketing.com.ua) – Маркетингові дослідження
5. [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru) – Маркетингові заходи
6. [www.marketologi.ru](http://www.marketologi.ru) – Бібліотека маркетингу
7. [www.test.org.ua](http://www.test.org.ua) – Довідник споживача
8. [www.reclama.su](http://www.reclama.su/) – Реклама та маркетинг
9. [www.mm.com.ua](http://www.mm.com.ua/) - Інтернет-журнал „Marketing Mix”
10. www.marketing-magazine.ru - Журнал „Маркетинг Менеджмент”
11. www.marketing.web-standart.net - Журнал „Новий маркетинг”
 |
| 1. **Політика навчальної дисципліни**
 |
| Неприпустимі плагіат та списування. Лекційні заняття не відпрацьовуються, але знання лекційного матеріалу обов’язкове. Пропуски практичних занять відпрацьовуються наступним чином: опрацювання теми, а також виконання самостійних завдань із теми. Якщо здобувач пропустив (не відпрацював) більше 50 % занять, він повинен скласти тести (дистанційне навчання) і тільки тоді буде допущений до складання заліку. Обов’язковою умовою отримання заліку є відвідування здобувачем більш як 50 % занять. Відвідування занять обов’язкове.  |
| 1. **Система оцінювання та вимоги**
 |
| Загальна система оцінювання курсу |  Об’єктом оцінювання є рівень засвоєння програмного матеріалу дисципліни різного характеру та рівня складності на проміжних чи заключних етапах його вивчення. Завданням оцінювання є перевірка: рівня засвоєння певного теоретичного матеріалу; набутих навичок виконання різного характеру практичних і розрахункових робіт з опорою на теоретичні знання; уміння самостійно опрацьовувати теоретичний матеріал і осмислювати зміст теми чи розділу; уміння публічно чи письмово представляти певний матеріал (презентація); уміння інтегрувати необхідні знання із дисциплін, вивчених раніше; уміння аналізувати, синтезувати й оцінювати інформацію тощо. Оцінювання поточного і семестрового контролю здійснюється за 100-бальною шкалою з наступним переведенням у національну шкалу (чотирибальну – «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно» чи вербальну – «зараховано», «не зараховано») та шкалу ЄКТС |
| Критерії оцінювання письмової роботи | 1. Повнота відповіді або виконання завдання.
2. Рівень сформованості логічних умінь: елементарні дії; операція, правило, алгоритм; правила визначення понять; формулювання законів і закономірностей; структурування суджень, умовиводів, доводів, описів.
 |
| Критерії оцінювання роботи здобувачів на семінарських заняття | Активна участь під час обговорення в аудиторії, здобувачімають бути готовими детально розбиратися в матеріалі, ставитизапитання, висловлювати свою точку зору, дискутувати. Під час дискусіїважливі: - повага до колег, - толерантність до інших та їхньогодосвіду, - сприйнятливість та неупередженість, - здатність не погоджуватися з думкою, але шанувати особистістьопонента, - ретельна аргументація своєї думки та сміливість змінювати свою позицію під впливом доказів, - я-висловлювання, коли людина уникає непотрібних узагальнювань, описує свої почуття і формулює свої побажання з опорою на власні думки і емоції, - обов’язкове знайомство з першоджерелами. Вітається творчий підхід у різних його проявах. Від здобувачівочікується зацікавленість участю у міських, всеукраїнських та міжнародних конференціях, конкурсах та інших заходах з предметного профілю. |
| Критерії оцінювання роботи здобувачів на практичних заняттях | 1. Повнота відповіді або виконання завдання.
2. Рівень самостійності здобувача.
3. Рівень навчально-пізнавальної діяльності.
 |
| Критерії оцінювання самостійної роботи здобувачів | 1. Повнота відповіді або виконання завдання.
2. Рівень самостійності здобувача.
3. Сформованість навчально-інформаційних умінь.
4. Сформованість навчально-інтелектуальних умінь.
5. Рівень сформованості фахових вмінь (вміння застосовувати на практиці набуті знання).
 |
| Умови допуску до підсумкового контролю  | Підсумковий контроль у формі залікуздійснюється на основі зарахування всіх виконаних здобувачами завдань (для цього отримані бали сумуються, а їх кількість не повинна бути меншою, ніж 50 % завдань |
| **ПОЛІТИКА ДОБРОЧЕСНОСТІ** |
| Виконання навчальних завдань і робота в курсі має відповідати вимогам [Положення про академічну доброчесність здобувачів вищої освіти та науково-педагогічних працівників ПЗВО «Міжнародний  класичний університет імені Пилипа Орлика»](https://mku.edu.ua/wp-content/uploads/2020/04/Polozhennya-pro-akadem-dobrochesnyst.docx)(затверджене наказом № 37 від 29.03.2018 року, із змінами згідно з наказом ректора від 31.08.2019 р. №71<https://mku.edu.ua/wp-content/uploads/2020/04/Polozhennya-pro-akadem-dobrochesnyst.docx> |

**Очна (денна) форма навчання**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Вид діяльності (завдання) | Критерії оцінювання | Максимальна кількість балів |
| **Поточний контроль** |
| 1 | Семінар (теми 1-9) | Рівень осмислення навчального матеріалу; повнота розкриття питання, логіка викладу, культура мовлення; використання додаткової літератури; порівняння, зв’язок із практикою, висновки | 20 |
| 2 | Тести (теми 1-9) | Рівень сформованості аналітичних умінь і концептуальних підходів | 20 |
| 3 | Презентація (теми 1, 7) | Повнота розкриття питання, логіка викладу, культура мовлення; використання додаткової літератури; порівняння, зв’язок із практикою, висновки | 20 |
|  | **Усього** |  | **60** |
|  | **Підсумковий контроль (іспит)**  |  | **40** |
|  | **РАЗОМ** |  | **100** |

**Заочна форма навчання**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Вид діяльності (завдання) | Критерії оцінювання | Максимальна кількість балів |
| **Поточний контроль** |
| 1 | Контрольні роботи (теми 4-8) | Рівень осмислення навчального матеріалу; повнота розкриття питання, логіка викладу, ; використання додаткової літератури; порівняння, зв’язок із практикою, висновки | 20 |
| 2 | Тести (теми 1-3) | Рівень сформованості аналітичних умінь і концептуальних підходів | 20 |
| 3 | Реферати (тема 9) | Рівень осмислення навчального матеріалу; повнота розкриття питання, логіка викладу, ; використання додаткової літератури; порівняння, зв’язок із практикою, висновки | 20 |
|  | **Усього** |  | **60** |
|  | **Підсумковий контроль(іспит)** |  | **40** |
|  | **РАЗОМ** |  | **100** |

**Узагальнені критерії оцінювання відповіді здобувача на екзамені**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **За шкалою ECST** | **Сума балів** | **Оцінка****за нац. шкалою** | **Критерії оцінювання навчальних досягнень здобувачів** |
| **А** | **90-100** | **5 відмінно** | Глибокі знання передбаченого програмного матеріалу. Грамотні і логічні відповіді на поставлені запитання. Здобувач приймає правильні рішення при розв’язанні практичних завдань, бездоганно володіє прийомами роботи з устаткуванням, приладами та комп’ютером; самостійно оцінювати різноманітні життєві ситуації, явища, факти, виявляти і відстоювати особистісну позицію. |
| **В** | **82-89** | **4 добре** | Знання суттєвих ознак, понять, явищ, закономірностей, зв’язків між ними. Здобувач самостійно засвоює знання у стандартних ситуаціях, володіє розумовими операціями (аналізом, синтезом, узагальненням, порівнянням, абстрагуванням), уміє робити висновки, виправляти допущені помилки. |
| **С** | **75-81** | **4 добре** | Знання суттєвих ознак, понять, явищ, закономірностей, зв’язків між ними. Здобувач самостійно засвоює знання у стандартних ситуаціях, володіє розумовими операціями (аналізом, синтезом, узагальненням, порівнянням, абстрагуванням), уміє робити висновки, виправляти допущені помилки. |
| **D** | **64-74** | **3 задовільно** | Знання неповні, поверхневі. Здобувач відновлює основний навчальний матеріал, але недостатньо осмислено, не вміє самостійно аналізувати, робити висновки. Здатний вирішувати завдання за зразком. Володіє елементарними вміннями навчальної діяльності. |
| **E** | **60-63** | **3 задовільно** | Відповідь здобувача при відтворенні навчального матеріалу елементарна, фрагментарна, обумовлюється початковим уявленням про предмет вивчення. |
| **FХ** | **35-59** | **2 незадовільно**з можливістю повторного складання  | Незнання значної частини навчального матеріалу, суттєві помилки у відповідях на питання, невміння застосувати теоретичні положення при розв’язанні практичних задач.  |
| **F** | **1 -34** | **2 незадовільно**з обов’язковим повторним вивченням навчальної дисципліни | Незнання значної частини навчального матеріалу, суттєві помилки у відповідях на питання, невміння орієнтуватися при розв’язанні практичних задач, незнання основних фундаментальних положень.  |