



## **СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА»**

**Рівень вищої освіти: Перший  
(бакалаврський)**

**Спеціальність: І2 Готельно-ресторанна справа  
та кейтеринг**

**Рік навчання: 4-й, семестр 7-й**

**Кількість кредитів ECTS: 4 кредити**

**Назва кафедри: Аграрного менеджменту та  
маркетингу**

**Мова викладання:  
українська**

**Лектор курсу**

**д.е.н., професор Логоша Роман Васильович**

**Контактна інформація  
лектора (e-mail)**

**[konffmp@ukr.net](mailto:konffmp@ukr.net), [lrsv@vsau.vin.ua](mailto:lrsv@vsau.vin.ua)**

### **ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

«Маркетинг готельно-ресторанного господарства» є обов'язковою компонентою ОПП.

Загальний обсяг дисципліни – 120 год.: лекції – 30 год.; практичні заняття – 28 год., самостійна робота – 62 год.

Формат проведення: лекції, практичні заняття, семінарські заняття, консультації. Підсумковий контроль – іспит.

При вивченні даної дисципліни можуть використовуватись знання, отримані з дисципліни: «Організація готельного господарства», «Економіка готелів і ресторанів», «Менеджмент готельно-ресторанного господарства».

Основні положення навчальної дисципліни можуть застосовуватися при вивченні дисципліни: «PR-технології в готельному бізнесі».

### **Призначення навчальної дисципліни**

Освітня компонента «Маркетинг готельно-ресторанного господарства» спрямована на вивчення здобувачами вищої освіти теоретичних понять категорій маркетингу у готельно-ресторанному бізнесу та сучасних тенденцій у цій галузі надання послуг; опанування методологічного апарату організації маркетингової діяльності на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу; набуття здатностей

до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової діяльності.

### **Мета вивчення навчальної дисципліни**

Мета викладання навчальної дисципліни – формування знань щодо базових категорій маркетингу у готельно-ресторанній сфері, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу у сучасних ринкових умовах.

### **Завдання вивчення дисципліни**

Дисципліна орієнтована на вивчення теоретичних понять категорій маркетингу у готельно-ресторанному бізнесу та сучасних тенденцій у цій галузі надання послуг; опанування методологічного апарату організації маркетингової діяльності на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу; набуття здатностей до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової діяльності.

### **ПЕРЕЛІК КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ, ЯКИХ НАБУВАЄ ЗДОБУВАЧ ПРИ ВИВЧЕННІ ДИСЦИПЛІНИ ВІДПОВІДНО ДО ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ**

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен сформувати такі програмні компетентності:

*інтегральна компетентність (ІК):*

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.

*загальні компетентності (ЗК):*

ЗК 4. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК 10. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

*спеціальні (фахові) компетентності (СК):*

СК 4. Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії.

СК 8. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання готельних та ресторанних послуг для різних сегментів споживачів.

СК 11. Здатність виявляти, визначати й оцінювати ознаки, властивості і показники якості продукції та послуг, що впливають на рівень забезпечення вимог споживачів у сфері гостинності.

### **ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ВІДПОВІДНО ДО ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ**

ПРН 7. Організовувати процес обслуговування споживачів готельних та ресторанних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і

норм безпеки.

ПРН 10. Розробляти нові послуги (продукцію), використовуючи сучасні технології виробництва та обслуговування споживачів.

ПРН 15. Розуміти економічні процеси та здійснювати планування, управління і контроль діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

ПРН 18. Презентувати власні проекти і розробки, аргументувати свої пропозиції щодо розвитку бізнесу.

Вивчення даної дисципліни формує у здобувачів освіти соціальні навички (softskills): комунікативність (реалізується через: метод роботи в парах та групах, метод самопрезентації), робота в команді (реалізується через: метод проєктів), лідерські навички (реалізується через: робота в групах, метод проєктів, методсамопрезентації).

### ПЛАН ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тиждень	Назви теми	Форми організації навчання та кількість годин		Самостійна робота, кількість годин
		лекційні заняття	практичні заняття	
1.	Тема 1. Маркетинг – досконалий спосіб управління ринком.	2	2	7
2.	Тема 2. Маркетингове середовище та його вплив на діяльність закладів готельно-ресторанного господарства.	2	2	7
3.	Тема 3. Система маркетингової інформації та алгоритм маркетингового дослідження.	4	4	6
4.	Тема 4. Сегментування ринку готельно-ресторанного бізнесу. Позиціонування товару.	4	4	6
5.	Тема 5. Сутність та специфіка маркетингу послуг.	2	2	6
6.	Тема 6. Основні поняття та показники діяльності підприємств громадського харчування та готельного господарства.	2	2	6
7.	Тема 7. Товарна політика підприємств готельного та ресторанного господарства.	4	4	6
8.	Тема 8. Цінова політика підприємств готельного та ресторанного господарства.	4	4	6
9.	Тема 9. Маркетингова політика розповсюдження послуг підприємств готельного та ресторанного господарства.	4	2	6
10.	Тема 10. Комунікаційна політика підприємств готельного та ресторанного господарства.	2	2	6
<b>Разом</b>		<b>30</b>	<b>28</b>	<b>62</b>

#### Самостійна робота здобувачів вищої освіти

Самостійна робота студента організовується шляхом видачі індивідуального переліку питань і практичних завдань з кожної теми, які не

вносяться на аудиторне опрацювання та виконання індивідуального творчого завдання (гугл-презентації).

Виконання здобувачем самостійної роботи передбачає, за необхідності, отримання консультацій з викладачем. Навчальний матеріал освітньої компоненти, передбачений робочою програмою для засвоєння здобувачем у процесі самостійної роботи, вноситься на поточний і підсумковий контроль поряд з навчальним матеріалом, який опрацьовувався під час аудиторних занять. Організація самостійної роботи здобувачів передбачає: планування обсягу, змісту, завдань, форм і методів контролю самостійної роботи, розробку навчально-методичного забезпечення; виконання здобувачем запланованої самостійної роботи; контроль та оцінювання результатів, їх систематизацію, оцінювання ефективності виконання здобувачем самостійної роботи.

Індивідуальні завдання здобувач виконує самостійно під керівництвом викладача згідно з індивідуальним навчальним планом.

У випадку реалізації індивідуальної освітньої траєкторії здобувача заняття можуть проводитись за індивідуальним графіком.

### Види самостійної роботи

№	Вид самостійної роботи	Години	Терміни виконання	Форма та метод контролю
1	Опрацювання питань, що вносяться на самостійне вивчення	30	щотижнево	Усне та письмове опитування, тестовий контроль, обговорення проблемних питань, вирішення ситуаційних задач
2	Підготовка до лекційних та практичних занять (робота з інформаційними джерелами: опрацювання першоджерел)	10	щотижнево	Усне та письмове опитування, обговорення проблемних питань
3	Індивідуальні творчі завдання	10	в кінці вивчення курсу дисципліни	Захист індивідуального завдання, обговорення, виступ з презентацією
4	Підготовка до контрольних заходів	12	до кожної атестації	Тестування
<b>Разом</b>		<b>62</b>		

### РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

#### Основна література

1. Брич В.Я. Організація готельно-ресторанної справи. *Економіка бізнесу, Туризм, Менеджмент*. 2020. 484 с.
2. Галина Круль. Основи готельної справи. *Центр учбової літератури*. 2021. 368 с.
3. Писаренко В.В., Багорка М.О. Стратегічний маркетинг: навч.

посіб. *Дніпро: Видавець*. 2019. 240 с.

4. Мазаракі А. А. HoReCa: Готелі. *КНТЕУ*. 2019. 412 с.

5. Мальська М.П. Готельний бізнес: теорія та практика. *Центр учбової літератури*. 2020. 472 с.

6. Маркетинг. Навчальний посібник. Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. За заг.ред. проф. Старостіної А.О. Київ: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.

7. Ткаченко О. В. Професійна етика та психологія спілкування в ресторанному господарстві. *Світ книг*. 2020. 98 с.

### Додаткова література

1. Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В. Стратегічний маркетинг: підручник. *Київ*. 2012. 612 с.

2. Гірченко Т.Д., Дубовик О.В. Маркетинг. Київ: “Фірма “ІНКОС”, ЦНЛ, 2007.

3. Іванова Л. О. Маркетинг готельного і ресторанного господарства: навчальний посібник. Львів: *Видавництво Львівської комерційної академії*, 2014. 216 с.

4. Липчук В.В. Маркетинг: основи теорії та практики. Львів: “Новий Світ- 2000” ; “Магнолія Плюс”. 2003. 288 с.

5. Мальська М.П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія та практика. Підручник. 2- вид. перероб. та доп. Київ: *Центр учбової літератури*. 2012. 472 с.

6. Мальська М. П. Організація готельного обслуговування : підручник. М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Львівський нац. ун-т ім. Івана Франка. Київ. *Знання*. 2011. 366 с.

7. Мостенська Т.Л. Основи маркетингу. Київ. *Кондор*. 2005. 240 с.

8. Старостіна А.О., Зозульов О.В. Маркетинг. Навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. Київ. *Знання-Прес*. 2003. 326 с.

9. Страшинська Л.В. Маркетинг готельного і ресторанного господарства: Конспект лекцій з дисципліни «Маркетинг готельного і ресторанного господарства» для студ. спец. 6.140101 «Готельно-ресторанна справа». *Київ. НУХТ*. 2011. 89 с.

10. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів. *Львівський національний університет імені Івана Франка*. 2020. 347 с.

11. Федорченко В.К., Мініч І.М. Туристський словник-довідник. Навчальний посібник. Київ. *Дніпро*. 2000. 160 с.

12. Фірсова С. Г. Маркетинг нововведень: Навчальний посібник. Київський національний університет імені Т. Шевченка. 2017. 150 с.

13. Lohosha R. V., Gorinska V. M. Improvement of the marketing activity management system of farms. *Colloquium-journal*. 2021. № 4 (91), część 3. P. 40-49.

### Інформаційні ресурси

1. Тестові завдання з Маркетингового планування (внутрішній сайт ВНАУ). [http://socrates.vsau.org/b04213/literat/test\\_adm.php](http://socrates.vsau.org/b04213/literat/test_adm.php)

2. Методичні розробки (внутрішній сайт ВНАУ).  
<http://socrates.vsau.org/index.php/ua/pochatok-roboty-2/>

1. Верховна Рада України. <http://www.rada.gov.ua>.
2. Кабінет Міністрів України. URL : <http://www.kmu.gov.ua>.
3. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. АгроДайджест. URL : <http://agronews.ua/agrodigest>
5. Агроконсалтинг. URL: <http://www.ukragroconsult.com/ukragrokonsalt/o-kompanii>.

## СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ТА ВИМОГИ ДО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

У кінці семестру, здобувач вищої освіти може набрати до 60% підсумкової оцінки за виконання всіх видів робіт, що виконуються протягом семестру, до 10% за показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності і до 30% підсумкової оцінки – за результатами підсумкового контролю.

### Розподіл балів за видами навчальної діяльності

	Вид навчальної діяльності	Бали
<b>Атестація 1</b>		
1	Участь у дискусіях на лекційних заняттях	2
2	Участь у роботі на практичних заняттях	6
3	Виконання домашніх завдань	4
4	Виконання контрольних робіт, тестування	10
5	Індивідуальні та групові творчі завдання (вирішення і письмове оформлення завдань, схем, діаграм, інших робіт графічного характеру; презентації за заданою проблемною тематикою, дослідницькі проекти)	8
<b>Всього за атестацію 1</b>		<b>30</b>
<b>Атестація 2</b>		
6	Участь у дискусіях на лекційних заняттях	2
7	Участь у роботі на практичних заняттях	6
8	Виконання домашніх завдань	4
9	Виконання контрольних робіт, тестування	10
10	Індивідуальні та групові творчі завдання (вирішення і письмове оформлення завдань, схем, діаграм, інших робіт графічного характеру; презентації за заданою проблемною тематикою, дослідницькі проекти)	8
<b>Всього за атестацію 2</b>		<b>30</b>
Показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності		<b>10</b>
<b>Підсумкове тестування</b>		<b>30</b>
<b>Разом</b>		<b>100</b>

Якщо здобувач упродовж семестру за підсумками контрольних заходів набрав менше 35 балів, то він не допускається до іспиту. Крім того, обов'язковим при мінімальній кількості балів за підсумками контрольних заходів є виконання індивідуальної творчої роботи (презентації).

Програма навчальної дисципліни передбачає врахування результатів неформальної та інформальної освіти при наявності підтверджуючих документів як окремі кредити вивчення навчальних дисциплін.

**Відповідність шкал оцінок якості засвоєння навчального матеріалу**

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою для іспиту
90 – 100	A	відмінно
82-89	B	добре
75-81	C	
66-74	D	задовільно
60-65	E	
35-59	FX	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни