

Міністерство освіти і науки України  
Сумський національний аграрний університет  
Факультет економіки і менеджменту  
Кафедра маркетингу та логістики

**Робоча програма (силабус) освітнього компонента**

**ОК 14 Маркетинг у готельно-ресторанному господарстві**  
(обов'язковий)

Реалізується в межах освітньої програми

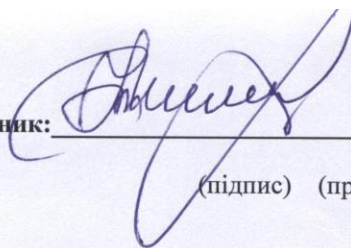
**«Готельно і ресторанна справа»**

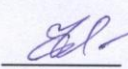
(назва)

за спеціальністю **241 «Готельно-ресторанна справа»**

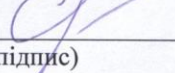
(шифр, назва)


на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти

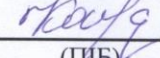
Розробник:  **Тетяна УСТИК.**, д.е.н., професор кафедри  
маркетингу та логістики  
(підпис) (прізвище, ініціали) (вчений ступінь та звання, посада)

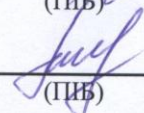
Розглянуто, схвалено та затверджено на засіданні кафедри маркетингу та логістики (назва кафедри)	протокол від <u>04.06</u> червня 2024 року, № <u>17</u>
	Завідувач кафедри <u></u> <b>Наталія МАКАРЕНКО</b> (підпис) (прізвище, ініціали)

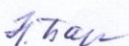
**Погоджено:**

Гарант освітньої програми  **Тетяна СТЕПАНОВА**  
(підпис) (ПІБ)

Декан факультету, де реалізується освітня програма  **Наталія БОЛГОВА**  
(підпис) (ПІБ)

Рецензія на робочу програму(додається) надана:  **Олена КОШЕЛЬ**  
(ПІБ)

 **Маргарита ЛИШЕНКО**  
(ПІБ)

Методист відділу якості освіти, ліцензування та акредитації  (**Надія БАРАНІК**)  
(підпис) (ПІБ)

Зареєстровано в електронній базі: дата: 06.08 2024 р.

## 1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНІЙ КОМПОНЕНТ

1.	Назва ОК	Маркетинг у готельно-ресторанному господарстві		
2.	Факультет/кафедра	Факультет економіки і менеджменту, Кафедра маркетингу та логістики		
3.	Статус ОК	Обов'язковий		
4.	Програма/Спеціальність (програми), складовою яких є ОК для	241 «Готельно-ресторанна справа»		
5.	Рівень НРК	6		
6.	Семестр та тривалість вивчення	2 курс, 4 семестр, 15 тижнів (денна форма навчання)		
7.	Кількість кредитів ЄКТС	5		
8.	Загальний обсяг годин та їх розподіл	Контактна робота(заняття) (денна/заочна форма)		Самостійна робота
		Лекційні	Практичні/ семінарські	Лабораторні
		30		44
9.	Мова навчання	Українська		
10.	Викладач/Координатор освітнього компонента	Д.е.н., професорка Устік Тетяна Володимирівна		
11.1	Контактна інформація	Тетяна УСТІК, ауд.214е, E-mail Tanya_ustik@ukr.net години консультацій: 2-а та 4-а середа з 14.00-15.30		
11.	Загальний опис освітнього компонента	ОК «Маркетинг у готельно-ресторанному господарстві» є складовою навчального плану, циклу дисциплін, які формують професійні компетентності. Студенти отримують теоретичні знання та набувають компетентності у сферах готельно-ресторанного господарства, програма орієнтована на підготовку конкурентоздатного фахівця для підвищення ефективності функціонування підприємств індустрії гостинності в сфері ресторанних послуг		
12.	Мета освітнього компонента	Мета ОК «Маркетинг у готельно-ресторанному господарстві» - формування системи знань про сутність і зміст маркетингу в сфері готельно-ресторанного бізнесу, як філософію підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки і конкуренції.		
13.	Передумови вивчення ОК, зв'язок з іншими освітніми компонентами ОП	1. Освітній компонент базується на дисциплінах: «Ресторанна справа», «Товарознавство », Готельна справа). 2. Освітній компонент є основою для вивчення дисциплін «Менеджмент готельно-ресторанного господарства», «Економіка готельно-ресторанного господарства».		
14.	Політика академічної доброчесності	У випадку порушення академічної доброчесності – реагування відповідно до Положення про академічну доброчесність учасників освітнього процесу. Списування відповідей (копіювання тексту) під час виконання письмових контрольних робіт, написання не своїх варіантів завдань на контрольних заходах заборонені. Не допускається придбання в інших осіб чи організацій з наступним поданням як власних результатів наукової діяльності (рефератів, проектів, розрахункових робіт, есе, тощо). Користування мобільними пристроями допускається лише з дозволу викладача. Самостійні роботи у вигляді рефератів, доповідей, презентацій повинні мати коректні текстові посилання на використані інформаційні джерела.		
15.	Посилання на курс у	Курс «Маркетинг у готельно-ресторанному господарстві» в системі MOODLE.		

системі Moodle	URL: <a href="https://cdn.snau.edu.ua/moodle/course/view.php?id=5663">https://cdn.snau.edu.ua/moodle/course/view.php?id=5663</a>
----------------	--

## 2. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ ТА ЇХ ЗВ'ЯЗОК З ПРОГРАМНИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ НАВЧАННЯ

Результати навчання за ОК: Після вивчення освітнього компонента студент очікувано буде здатен...»	Програмні результати навчання, на досягнення яких спрямований ОК (зазначити номер згідно з нумерацією, наведеною в ОП)					Як оцінюється РНД
	ПРН <sub>2</sub>	ПРН <sub>4</sub>	ПРН <sub>5</sub>	ПРН <sub>17</sub>	ПРН <sub>24</sub>	
	Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії готельної та ресторанної справи, організації обслуговування споживачів	Аналізувати сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності та рекреаційного господарства.	Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.	Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань при організації ефективних комунікацій зі споживачами та суб'єктами готельного та ресторанного бізнесу.	Вміти впроваджувати ефективні інновації в об'єктах гостинності	
ДРН 1. Виявити особливості та сучасні інструменти маркетингу, його концепції, специфіку та рівні його використання в сфері готельно-ресторанного бізнесу.	x		x			Теоретичне (письмове) опитування (питання/тести)
ДРН 2. Аналізувати маркетингове середовище та його привабливість для здійснення діяльності, презентувати методику проведення маркетингових досліджень та SWOT – аналізу.		x	x		x	Презентація з доповіддю
ДРН 3. Проводити сегментування ринків та позиціонування товару, приймати рішення про використання товарних марок та призначення упаковки товару.	x		x	x	x	Аналітична робота
ДРН 4. Формувати сучасні інструменти брендингу та маркетингу в готельно-		x	x	x	x	Індивідуальний проєкт

ресторанному бізнесі						
----------------------	--	--	--	--	--	--

### 3. ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА (ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ)

Тема. Перелік питань, що будуть розглянуті в межах теми	Розподіл в межах загального бюджету часу(денна/заочна форма)				Рекомендована література
	Аудиторна робота			Самостійна робота	
	Лк	П.з / семін. з	Лаб. з.		
<b>Тема 1. Теоретичні основи маркетингу в сфері готельно-ресторанного бізнесу:</b> 1. Сутність маркетингу сфери готельно-ресторанного бізнесу. 2. Сфери застосування маркетингу. 3. Концепції маркетингової діяльності.	2		4	6	1,2,3,4,10
<b>Тема 2. Система та характеристики сучасного маркетингу</b> 1. Задачі, функції та принципи маркетингу. 2. Види маркетингу та види попиту. 3. Маркетингове середовище підприємств сфери готельно-ресторанного бізнесу .	2		4	4	1,4,7,10
<b>Тема 3. Маркетингове управління</b> 1. Поняття маркетингового управління. 2. Етапи процесу управління маркетингу.	2		2	6	1,2,3,4,9,10
<b>Тема 4. Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку та можливостей підприємств сфери готельно-ресторанного господарства</b> 1. Поняття та зміст системи маркетингової інформації. 2. Методика проведення маркетингових досліджень. 3. SWOT – аналіз. 4. Поняття про споживчий ринок та модель поведінки споживачів.	4		4	6	2,3,4,9,10
<b>Тема 5. Основні поняття та показники підприємств громадського харчування та готельного господарства</b> 1.Основні показники діяльності підприємств громадського харчування 2.Прогнозування попиту на продукції сфери готельно-ресторанного господарства	2		2	4	2,5,7,9,10
<b>Тема 6. Маркетингова товарна політика підприємств готельного та</b>	4		4	8	1,4,6,9,10

<p><b>ресторанного господарства</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Товар та основні види його класифікації.</li> <li>2. Рішення відносно товарної номенклатури та асортименту.</li> <li>3. Рішення про використання товарних марок та призначення упаковки товару.</li> <li>4. Маркетинг на різних етапах життєвого циклу товару.</li> <li>5. Визначення місця товару на ринку та диверсифікація товарної політики.</li> <li>6. Конкурентоспроможність товару.</li> </ol>					
<p><b>Тема 7. Маркетингова цінова політика підприємств готельного та ресторанного господарства.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Види цінових стратегій підприємства.</li> <li>2. Кон'юнктура ринку і кон'юнктуруотворюючі фактори.</li> <li>3. Конкуренція як один із факторів ціноутворення.</li> <li>4. Вплив попиту і пропозиції на ціноутворення.</li> </ol>	4		6	8	1,2,3,4,6,9,10
<p><b>Тема 8. Маркетингова політика розповсюдження послуг підприємств готельного та ресторанного господарства</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поняття каналу розподілу та його функції.</li> <li>2. Визначення рівня інтенсивності каналу розподілу.</li> <li>3. Визначення системи керівництва каналами розподілу.</li> <li>4. Характеристика посередників.</li> </ol>	4		4	8	1,2,3,4,7,10
<p><b>Тема 9. Комунікаційна політика підприємств готельного та ресторанного господарства</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Складові комплексу стимулювання.</li> <li>2. Елементи комунікаційної моделі.</li> <li>3. Реклама як рушійна сила комерційної діяльності підприємства.</li> <li>4. Роль особистого продажу та стимулювання збуту.</li> </ol>	2		4	10	1,2,3,7,9,10
<p><b>Тема 10. Організація маркетингового контролю та планування підприємств готельного та ресторанного бізнесу</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Організація маркетингової діяльності на підприємстві.</li> <li>2. Система маркетингового планування.</li> <li>3. Маркетинг-контроль.</li> </ol>	2		4	8	2,3,4,9,10
<p><b>Тема 11. Брендинг в готельно-ресторанному бізнесі. Особливості брендингу у ресторанній індустрії</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Особливості просування продукту та формування бренду підприємств</li> </ol>	2		6	8	1,4,7,10

готельно-ресторанного бізнесу 2. Сучасні інструменти брендингу та маркетингу в готельно-ресторанному бізнесі					
Всього	30		44	76	

#### 4.МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ ТА НАВЧАННЯ

ДРН	Методи викладання (робота, що буде проведена викладачем <u>під час аудиторних занять, консультацій</u> )	Кількість годин	Методи навчання (які види навчальної діяльності має виконати <u>студент самостійно</u> )	Кількість годин
ДРН 1. Виявити особливості та сучасні інструменти маркетингу, його концепції, специфіку та рівні його використання в сфері готельно-ресторанного бізнесу.	Інтерактивна лекція, письмове або усне опитування (тести/питання)	14	Робота з навчально-методичною літературою, конспектування	12/30
ДРН 2. Аналізувати маркетингове середовище та його привабливість для здійснення діяльності, презентувати методику проведення маркетингових досліджень та SWOT – аналізу.	Інтерактивна лекція, експрес - опитування, розв'язання ситуаційних завдань, практична робота	8	Робота з навчально-методичною літературою, конспектування, розв'язання ситуаційних завдань	10/20
ДРН 3. Проводити сегментування ринків та позиціонування товару, приймати рішення про використання товарних марок та упаковки товару.	Інтерактивна лекція, розв'язання ситуаційних завдань, використання контролюючих завдань	12	Робота з навчально-методичною літературою, конспектування, розв'язання ситуаційних завдань	6/10
ДРН 4. Формувати сучасні інструменти брендингу та маркетингу в готельно-ресторанному бізнесі	Інтерактивна лекція, розв'язання ситуаційних завдань, використання контролюючих завдань	10	Робота з навчально-методичною літературою, конспектування, розв'язання ситуаційних завдань	32/42

#### 5. ОЦІНЮВАННЯ ЗА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ

##### 5.1.Діагностичне оцінювання (зазначається за потреби)

##### 5.2.Сумативне оцінювання

5.1.1.Для оцінювання очікуваних результатів навчання передбачено

№	Методи сумативного оцінювання	Бали / Вага у загальній оцінці	Дата складання
1.	Теоретичне (письмове/усне) опитування (питання/тести)	20/20%	4,10,15 тижні
2.	Презентація з доповіддю (Методика проведення маркетингових досліджень. SWOT – аналіз, Маркетингове середовище та його привабливість)	10/10%	5 тиждень
3.	Аналітична робота (Рішення відносно товарної номенклатури та асортименту , Сегментування ринків та позиціонування товару в сфері готельно-ресторанного бізнесу)	20/20%	8 тиждень

4.	Індивідуальний проєкт (формування елементів комплексу маркетингу для підприємства)	20/20%	13 тиждень
5.	Екзамен (письмово, 10 тестів, одне теоретичне питання, одне практичне завдання або ситуаційна задача)	30/30%	16-17 тижні

## 5.1.2. Критерії оцінювання

Компонент	Незадовільно	Задовільно	Добре	Відмінно
Теоретичне (письмове) опитування (питання/тести)	<12 балів	12-15 балів	15-18 балів	20 балів
	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом.  Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань, допускаючи при цьому суттєві неточності, правильно вирішив меншість тестових завдань	В цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст під час письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив половину тестових завдань.	Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив більшість тестових завдань.	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі тестові завдання.
Презентація з доповіддю	<5 балів	5-7 балів	7-9 балів	10 балів
	Вимоги щодо завдання не виконано	Більшість вимог виконано, але окремі складові відсутні або недостатньо розкриті, відсутній аналіз інших підходів до питання	Виконано усі вимоги завдання	Виконано усі вимоги завдання, продемонстровано, креативність, вдумливість, запропоновано власне вирішення проблеми
Аналітична робота	<12 балів	12-15 балів	15-18 балів	20 балів
	Завдання виконані частково і неякісно; записані тільки формули	Завдання розв'язані, але містять грубі помилки; завдання розв'язані не у повному обсязі та допущено значні помилки; не сформульовані висновки за результатами розрахунків	Завдання виконані повністю але при розв'язуванні допущені незначні помилки; не обґрунтовано викладений матеріал; у висновках містяться помилки та недоречності.	Завдання розв'язані повністю і правильно, містять пояснення до розрахунків; показано вміння самостійно формулювати висновки за результатами проведеного дослідження; присутній творчий



				підхід
Індивідуальний проект	<12 балів	12-15 балів	15-18 балів	20 балів
	Вимоги щодо завдання не виконано	Більшість вимог виконано, але окремі складові відсутні або недостатньо розкриті, відсутній аналіз інших підходів до питання	Виконано усі вимоги завдання	Виконано усі вимоги завдання, продемонстровано, креативність, вдумливість, запропоновано власне вирішення проблеми
Екзамен (письмово, 2 теоретичних питання, 1 практичне завдання)	<18балів	18-23	23-28 балів	30 балів
	Студент взагалі не відповів на питання, або його відповідь є неправильною, Аргументація відсутня взагалі або ж є абсолютно безсистемною чи алогічною. Задача розв'язана невірно. Відповідь на ситуативне завдання є необґрунтованою та алогічною.	Студент дав відповідь на поставлене питання, однак допустив суттєві помилки як змістовного характеру, так і при оформленні відповіді на питання, у роботі багато грубих орфографічних помилок; порушено алгоритм розв'язку задачі і/або присутні помилки при розрахунках, відсутні висновки; обґрунтування відповіді до ситуаційного завдання є слабо аргументованим і/або в окремих аспектах алогічним.	Студент дав досить змістовну відповідь на поставлене питання, але відповідь недостатня повнота, незначні неточності чи прогалини при поясненні того чи іншого аспекту питання; відповідь на ситуаційне завдання є недостатньо аргументованою; алгоритм розв'язку задачі є вірним, однак допущені помилки при розрахунках.	Відповідь студента містить повний, розгорнутий, правильний виклад матеріалу з поставленого питання; демонструє знання основних понять і категорій та взаємозв'язку між ними, вірно розуміння змісту основних теоретичних положень; вказує на вміння давати змістовний та логічний аналіз матеріалу з поставленого питання; містить послідовний та аргументований розв'язок задачі (завдання); вірно зроблені розрахунки до задачі.

### 5.3.Формативне оцінювання:

Для оцінювання поточного прогресу у навчанні та розуміння напрямів подальшого удосконалення передбачено

№	Елементи формативного оцінювання	Дата
1	Теоретичне письмове опитування (питання / тести)	3,8,12 тижні
2	Усне обговорення презентації з доповіддю протягом занять	Протягом 2 тижнів після подання на перевірку
3	Перевірка та обговорення викладачем і студентами аналітичної роботи	Протягом 1 тижня після подання на перевірку
4	Представлення та обговорення викладачем і студентами індивідуальних проєктів	Протягом 1 тижня після подання на перевірку

## 6. НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ (ЛІТЕРАТУРА)

### 6.1. Основні джерела

#### 6.1.1 Підручники, посібники

1. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства. Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2019. 612 с.
2. Босак І. П. Маркетингові дослідження: навч.-метод. посіб.. Львів : УАД, 2023. 64 с.
3. Карпенко Н.В. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст. К.: ЦУЛ, 2019. 252 с.
4. Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг у діяльності українських підприємств.; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ: Знання, 2016. 446с.
5. Князева Т. В., Колбушкін Ю. П., Петровська С. В. Міжнародний маркетинг: навч. посібник. К.: НАУ, 2019. 164 с.
6. Макаренко Н.О., Лишенко М.О. Маркетингове ціноутворення. Теоретичні основи: навч. посіб. Буринь: ПП «Буринська районна друкарня», 2020. 129 с
7. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового / Філіп Котлер, Герман Катарджая, Іван Сетьяван. "КМ-Букс", 2018. 208 с.
8. Зозульов О. В., Гавриш Ю. О., Царьова Т. О. Маркетинг. Практикум : навч. посіб. для студентів спеціальності 073 «Менеджмент», освітні програми «Логістика», «Менеджмент міжнародного бізнесу», «Менеджмент і бізнес-адміністрування», «Управління бізнесом, інновації і підприємництво» Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2024. 80 с.
9. Руделіус В., Азарян О.М., Бабенко Н.О. та ін. Маркетинг: підручник, 6-те вид. К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2017. 648 с.
10. Шелеметьєва Т. В. Теоретичні та прикладні аспекти управління розвитком туризму в Україні: монографія. Запоріжжя: Класичний приватний університет, 2019. 356 с.
11. Цвілій С. М. Маркетинг в готельно-ресторанному господарстві : навчальний посібник. / С.М. Цвілій, Т.С. Кукліна, В.М. Зайцева – Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2023. 260 с.

#### 6.2 Додаткові джерела

12. M. Lyshenko, T. Ustik, V. Pisarenko, N. Maslak, & D. Koliadenko. (2021). Економічні та маркетингові аспекти функціонування малих підприємств. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 2(33), 185-193.
13. Mariia Dykha & Anastasiia Mohylova & Tetiana Ustik & Kseniia Bliumska-Danko & Valentina Morokhova & Li Tchou, 2022. Marketing of Start-ups and Innovations in Agricultural Entrepreneurship, *Journal of Agriculture and Crops, Academic Research Publishing Group*, vol. 8(1), pages 27-34, 01-2022.
14. Tetiana Ustik, Viktoriia Karmazynova, Svitlana Shurpa, Olena Zhuk, Olha Boiko, Larysa Radkevych. The impact of digitalization on marketing communications: new challenges for branding and advertising Business, *WSEAS Transactions on Information Science and Applications*, vol. 20, 2023 .pp. 344-355
15. Пустонін В. Ідентичність бренду: що це та як її створити? Маркетинг і реклама. 2018. №1 С. 40-46. 26. Пустонін В. Як стати гарним бренд-менеджером? Маркетинг і реклама. 2014. №1 С. 2829.

16. Tsviliy S., Gurova D., Kuklina T. Marketing competitiveness of hotel and restaurant enterprise: theoretical approach and methods of definition. VUZF Review. Republic of Bulgaria, VUZF University of finance, business and entrepreneurship, 2021. Vol. 6. №2. June. 244 p.
17. <http://www.uam.kneu.kiev.ua> - Українська асоціація маркетингу: офіційний сайт організації.
18. <http://uam.in.ua/ukr/projects/marketing-in-ua/arhive.php> - Маркетинг в Україні. Науковий журнал Української асоціації маркетингу
19. <http://uam.in.ua/ukr> - Українська асоціація маркетингу
20. <https://thedma.org> - DataMarketing&Analytics
21. <http://www.theiimp.org/marketing-international-association> - InternationalInstituteofMarketingProfessionals
22. <https://www.ama.org> - AmericanMarketingAssociation
23. Food Outlook June 2018: GlobalMarketAnalysis [Electronicresource]: biannualpublication / editor C. Caple; FAO, TradeandMarketDivision. – Access mode: <http://www.fao.org/giews/english/fo/>
24. JournalofInternationalMarketing[Electronicresource]: relevantarticlesoninternationalmarketing, bridgingthegapbetweentheoryandpractice. – Accessmode: <http://www.marketingpower.com/aboutama/pages/ama%20publications/ama%20journals/journal%20of%20international%20marketing/journalofinternationalmarketing.aspx>

### 6.3 Програмне забезпечення

Персональні комп'ютери з підключенням до Інтернет і доступом до Центру дистанційного навчання СНАУ (дистанційних курсів і електронної бібліотеки) для ознайомлення з навчальним контентом, виконання завдань самостійної роботи, проходження тестування.

Середовище Moodle дисципліна «Маркетинг у готельно-ресторанному господарстві» в системі MOODLE. URL:<https://cdn.snau.edu.ua/moodle/course/view.php?id=5663>