

Силабус навчальної дисципліни «Маркетинг готельного і ресторанного господарства». Розробник – канд.ekon.наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та маркетингу Стамат Вікторія Михайлівна

МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ
Кафедра менеджменту та маркетингу

«ЗАТВЕРДЖУЮ»


Перший проректор,

 Дмитро БАБЕНКО

« 07 » 07 2023 р.

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Гарант освітньої програми,

 Ірина БАНЄВА

« 16 » 06 2023 р.

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
Маркетинг готельного і ресторанного господарства

Галузь знань	24 Сфера обслуговування
Спеціальність	241 Готельно-ресторанна справа
Освітньо-професійна програма	Освітньо-професійна програма підготовки здобувачів вищої освіти «Готельно-ресторанна справа» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 241 Готельно-ресторанна справа галузі знань 24 Сфера обслуговування
Освітній ступінь	«бакалавр»
Семестр	6
Форма здобуття освіти	денна
Викладач	Стамат Вікторія Михайлівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та маркетингу, vmkolesnyk@ukr.net

Розглянуто на засіданні кафедри менеджменту та маркетингу.

Протокол № 13 від “25” травня 2023 року.

Завідувач кафедри

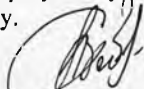


Анастасія ПОЛТОРАК

Схвалено науково-методичною комісією факультету менеджменту.

Протокол № 11 від “14” червня 2023 року.

Голова науково-методичної комісії

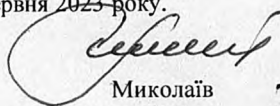


Ганна ТАБАЦКОВА

Схвалено на засіданні вченої ради факультету менеджменту.

Протокол № 11 від “15” червня 2023 року.

Голова вченої ради



Миколаїв
2023

Олена ШЕБАНІНА



Силабус навчальної дисципліни «Маркетинг готельного і ресторанного господарства». Розробник – канд.екон.наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та маркетингу Стамат Вікторія Михайлівна

1. Призначення навчальної дисципліни	<p>У процесі ринкових перетворень, що відбуваються в економіці нашої держави, більшість вітчизняних підприємств сфери обслуговування зустрічаються з проблемами привернення клієнтів, їх обслуговування, формування постійного кола клієнтів, проблемами конкурентної боротьби тощо. Переважно ці труднощі пов'язані з браком управлінського досвіду керівництва підприємством в умовах ринку та браком знань, які б допомогли підприємствам готельно-ресторанного господарства розробити продуктово-ринкову стратегію фірми.</p> <p>Початок XXI століття – неймовірний виклик для маркетингологів. Мобільний маркетинг, віртуальна реклама, багатоканальна торгівля, електронна комерція, брендинг – це лише декілька із нових складників маркетингу. Водночас багато традиційних його складових – таких як сегментація, розробка нового товару, ціноутворення – також набувають своєї значущості та ширшого використання. Поєднання новітніх й традиційних складників маркетингу створює винятковий об'єкт для вивчення й розуміння.</p>
2. Мета навчальної дисципліни	<p>Метою дисципліни є формування сучасної системи поглядів та спеціальних знань у галузі маркетингу, набуття практичних навичок щодо просування послуг на ринку готельного і ресторанного бізнесу з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємства; вивчення сутності й видів маркетингу, методів дослідження чинників макро-, мікросередовища маркетингу та можливостей підприємства; засвоєння методичних засад проведення маркетингових досліджень, сегментації споживчого ринків, вибору цільових ринків, формування ефективного комплексу маркетингу.</p>

<p>3. Компетентності</p>	<p>Інтегральна компетентність: 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 компетентції гостинності і характеризуються комплексністю та невизначеністю умов.</p> <p>Загальні компетентності відповідно до ОПП: ЗК3. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Здатність працювати у команді. ЗК7. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності. ЗК9. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК10. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>Фахові компетентності відповідно до ОПП: СК01. Розуміння предметної області і специфіки професійної діяльності. СК02. Здатність організувати сервісно-виробничий процес з урахуванням вимог і потреб споживачів та забезпечувати його ефективність. СК04. Здатність формувати та реалізувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії. СК05. Здатність управляти підприємством, приймати рішення у господарській діяльності суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу. СК 07. Здатність розробляти нові послуги (продукцію) з використанням інноваційних технологій виробництва та обслуговування споживачів. СК08. Здатність розробляти, просувати, реалізувати та організувати споживання готельних та ресторанных послуг для різних сегментів споживачів. СК11. Здатність виявляти, визначати й оцінювати ознаки, властивості і показники якості продукції та послуг, що впливають на рівень забезпечення вимог споживачів у сфері гостинності. СК12. Здатність ініціювати концепцію розвитку бізнесу, формулювати бізнес-ідею розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу. СК13. Здатність здійснювати планування, управління та контроль діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.</p>
--------------------------	--

Силабус навчальної дисципліни «Маркетинг готельного і ресторанного господарства». Розробник – канд.екон.наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та маркетингу Стамат Вікторія Михайлівна

<p>4. Заплановані результати навчальної дисципліни</p>	<p>ПРН 01. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення законодавства, національних і міжнародних стандартів, що регламентують діяльність суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу. ПРН 04. Аналізувати сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності та рекреаційного господарства. ПРН 06. Аналізувати, інтерпретувати і моделювати на основі існуючих наукових концепцій сервісні, виробничі та організаційні процеси готельного та ресторанного бізнесу. ПРН 08. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами готельних та ресторанных послуг. ПРН 10. Розробляти нові послуги (продукцію), використовуючи сучасні технології виробництва та обслуговування споживачів. ПРН 16. Виконувати самостійно завдання, розв'язувати задачі і проблеми, застосовувати їх в різних професійних ситуаціях та відповідати за результати своєї діяльності. ПРН 17. Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань при організації ефективних комунікацій зі споживачами та суб'єктами готельного та ресторанного бізнесу. ПРН 18. Презентувати власні проєкти і розробки, аргументувати свої пропозиції щодо розвитку бізнесу. ПРН 19. Діяти у відповідності з принципами соціальної відповідальності та громадянської свідомості.</p>	
<p>5. Опис дисципліни</p>	<p>Всього годин/кредитів за навчальним планом ,з них:</p> <ul style="list-style-type: none"> - лекції - практичні заняття - самостійна робота 	<p>120/4,0</p> <p>40/1,33</p> <p>40/1,33</p> <p>40/1,33</p>

Силабус навчальної дисципліни «Маркетинг готельного і ресторанного господарства». Розробник – канд.екоп.наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та маркетингу Стамат Вікторія Михайлівна

Календарний план*					
Змістовний модуль і тема		Обсяги годин для окремих видів навчальних занять та самостійної роботи			
№ з/п	назва	лекції	практичні заняття	самостійна робота	разом
Модуль 1. Маркетинг готельного і ресторанного господарства					
Змістовний модуль 1. Сутність маркетингової діяльності					
1.1.1	Тема 1. Сутність маркетингу готельного і ресторанного господарства	4	4	4	12
1.1.2.	Тема 2. Управління маркетингом	2	2	2	6
Разом за змістовним модулем 1		6	6	6	18
Змістовний модуль 2. Маркетингові дослідження у сфері готельного та ресторанного бізнесу					
1.2.1.	Тема 3. Сутність та напрями маркетингових досліджень	4	4	4	12
1.2.2.	Тема 4. Поведінка споживачів на ринку готельно-ресторанних послуг	2	2	2	6
1.2.3.	Тема 5. Процес маркетингових досліджень	4	4	4	12
1.2.4.	Тема 6. Сегментація ринку та позиціонування товарів (послуг)	2	2	2	6
Разом за змістовним модулем 2		12	12	12	36
Змістовний модуль 3. Розробка комплексу маркетингу					
1.3.1.	Тема 7. Маркетингова товарна політика	4	4	4	12
1.3.2.	Тема 8. Управління торговою маркою та брендом в індустрії гостинності	2	2	2	6
1.3.3.	Тема 9. Маркетингова цінова політика	2	2	2	6
1.3.4.	Тема 10. Маркетингова політика розподілу	2	2	4	8
1.3.5.	Тема 10. Маркетингова комунікаційна політика	6	6	4	16
Разом за змістовним модулем 3		16	16	16	48
Змістовний модуль 4. Функціональне забезпечення маркетингової діяльності					
1.4.1.	Тема 11. Маркетингове планування	2	2	2	6
1.4.2.	Тема 12. Відкриття власної справи у ресторанному і готельному бізнесі	2	2	2	6
1.4.3.	Тема 13. Організація та контроль маркетингової діяльності	2	2	2	6
Разом за змістовним модулем 4		6	6	6	18
Усього годин		40	40	40	120

*Примітка. Проведення видів занять здійснюється відповідно до графіку освітнього процесу

Силабус навчальної дисципліни «Маркетинг готельного і ресторанного господарства». Розробник – канд.екон.наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та маркетингу Стамат Вікторія Михайлівна

<p>6. Порядок та критерії оцінювання</p>	<p>Поточний контроль знань слугує засобом виявлення ступеня сприйняття (засвоєння) навчального матеріалу, це систематична перевірка знань здобувачів вищої освіти викладачем під час занять.</p> <p>Підсумковий контроль з дисципліни являє собою екзамен здобувачів вищої освіти з метою оцінки їх знань і навиків відповідно до моделі спеціаліста, вміння застосовувати їх у практичній діяльності.</p> <p>Засоби оцінювання успішності навчання:</p> <ul style="list-style-type: none"> вибіркове усне, індивідуальне опитування перед початком на практичних заняттях; тестування здобувачів вищої освіти (відповідно до програми у дисципліні передбачено сім тестових контрольних заходів), оцінюються в 0,1,2,3 бали, не переписуються, за винятком ситуації, якщо здобувач набрав 0 балів – він повинен переписати тестове завдання після повторного вивчення матеріалу на 1,2 або 3 бали; участь в активних формах обговорення (ділові ігри, дискусії), оцінка активності здобувача вищої освіти у процесі занять, внесених пропозицій, оригінальних рішень, уточнень і визначень, доповнень попередніх відповідей; комплексна контрольна робота оцінюється від 1 до 7 балів, складається з двох частин: перша – тестові питання (1-3 балів), друга частина – рішення задачі, аналіз практичної ситуації (0-4 бали). <p>Завдання з наукової діяльності передбачають такі види робіт:</p> <ul style="list-style-type: none"> підготовку тез доповідей на міжнародні, всеукраїнські, внутрішньовузівські конференції; написання статей відповідно до тематики дослідження; підготовка та участь у I та II етапах Всеукраїнської студентської олімпіади з дисципліни «Маркетинг»; підготовка студентських наукових робіт до участі у Всеукраїнських або Міжнародних конкурсах студентських наукових робіт. <p>Підсумковий контроль: екзамен у вигляді надання письмової відповіді на два теоретичних питання та вирішення задачі.</p> <p>Екзаменаційна оцінка складатиметься із балів, набраних протягом семестру, та балів, отриманих за складання екзамену. За семестр здобувач вищої освіти повинен набрати від 36 до 60 балів (табл.1); на екзамені повинен набрати від 24 до 40 балів (табл.2). Бали додаються, загальна оцінка проставляється відповідно до шкали оцінювання, яка представлена у табл.3. Якщо кількість балів, отриманих на екзамені, менше 24 балів, то здобувач отримує незадовільну оцінку.</p>
---	---

Силабус навчальної дисципліни «Маркетинг готельного і ресторанного господарства». Розробник – канд.екоп.наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та маркетингу Стамат Вікторія Михайлівна

Поточний і підсумковий контроль знань здобувачів вищої освіти

№ змістовного модулю	Кількість годин		Форма контролю	Кількість заходів	Оцінка за один захід		Сума балів	
	ЛЗ	ПЗ			min	max	min	max
1	6	6	Робота на лекціях	3	0,5	0,5	1,5	1,5
			Практичні заняття: - аналіз ситуацій, рішення задач	3	0,5	0,5	1,5	1,5
			Тестування Разом	1	1	3	1	3
2	12	12	Робота на лекціях	6	0,5	0,5	3	3
			Практичні заняття: - аналіз ситуацій, рішення задач	4	0,5	0,5	2	2
			- ПЗ 4 (презентація результатів аналізу проблем, трендів готельно-ресторанного бізнесу)*	1	2	2	2	2
			- ПЗ 8 (результати досліджень)*	1	4	4	4	4
			Тестування Разом	2	1	3	2	6
3	16	16	Робота на лекціях	8	0,5	0,5	4	4
			Практичні заняття: - аналіз ситуацій, рішення задач	7	0,5	0,5	3,5	3,5
			- ділова гра «Реклама»	1	2	2	2	2
			Тестування Разом	4	1	3	4	12
4	6	6	Робота на лекціях	3	0,5	0,5	1,5	1,5
			Практичні заняття: - аналіз ситуацій, рішення задач	2	0,5	0,5	1	1
			- ПЗ 10 (ділова гра «Маркетингова програма власного бізнесу»)	1	2	2	2	2
			Комплексна контрольна робота (тести + задачі, ситуації) Разом	1	1 (1 + 0)	7 (3 + 4)	1 (1 + 0)	7 (3 + 4)
Додаткові бали за наукову діяльність							-	4
Всього по навчальній дисципліні за семестр							36	60
Екзамен							24	40
Разом по дисципліні							60	100

* підготовка матеріалу до практичного заняття вважається індивідуальним завданням

Силабус навчальної дисципліни «Маркетинг готельного і ресторанного господарства». Розробник – канд.еко.наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та маркетингу Стамат Вікторія Михайлівна

Здобувачі вищої освіти, що набрали менше 36 балів до сесії не допускаються. До складання екзамену такі здобувачі можуть бути допущені тільки після того, як наберуть необхідну кількість балів.

Шкала переведення балів, отриманих під час складання екзамену, у традиційні (національні) оцінки успішності

Традиційна 4-бальна оцінка успішності (національна)	За шкалою оцінювання ЄКТС	Оцінка у балах
Незадовільно – 2	FX	23
Задовільно – 3	DE	24-30
Добре – 4	BC	31-36
Відмінно – 5	A	37-40

Загальна шкала оцінювання ЄКТС за результатами курсу

Сума балів за всі види освітньої діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90 – 100	A	Відмінно
82 – 89	B	Добре
75 – 81	C	
64 – 74	D	Задовільно
60 – 63	E	
35 – 59	FX	

7. Політика курсу

1. Політика курсу визначається системою вимог, які висуваються до здобувача вищої освіти при вивченні дисципліни «Маркетинг готельного і ресторанного господарства» та ґрунтуються на засадах академічної доброчесності. При вивченні курсу «Маркетинг готельного і ресторанного господарства» здобувачі вищої освіти повинні дотримуватись етики поведінки відповідно до Кодексу академічної доброчесності у Миколаївському національному аграрному університеті.
2. Пропущені заняття обов'язково відпрацьовуються відповідно до затвердженого графіку консультацій. Академічна недоброчесність є несумісними з принципами викладання курсу.
3. Під час викладання курсу здобувач вищої освіти повинен бути відкритим до нових, неординарних ідей, проявляти толерантність, доброзичливість, сприяти партнерській атмосфері взаєморозуміння та творчого розвитку.
4. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.
5. Заняття проводяться з використанням таких методів навчання: лекція, ділова гра, кейс-метод, робота у мікрогрупах (у команді), індивідуальні самостійні завдання. Вони дозволяють розкрити власний потенціал здобувача, навчитись довіряти своїм партнерам, розвинути навички інтелектуальної роботи у команді, генерувати нові ідеї, проявляти лідерські якості.
6. Вивчення курсу передбачає використання освітньої платформи Moodle, де представлено основний та допоміжний матеріал для засвоєння знань та оволодіння компетентностями.

8. Інформаційні джерела

8.1. Базова література

1. Гаркавінко С.С. Маркетинг : підручник. URL :

Силабус навчальної дисципліни «Маркетинг готельного і ресторанного господарства». Розробник – канд.екон.наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та маркетингу Стамат Вікторія Михайлівна

	<p>https://westudents.com.ua/knigi/270-marketing-garkavenko-ss.html</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Іванечко Н. Управління рекламною діяльністю : навч. посіб. Тернопіль : Західноукраїнський національний університет, 2022. 88 с. 3. Іванова Л.О., Семак Б.Б., Вовчанська О.М. Маркетинг послуг : навч. посіб. Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с. 4. Лазебник М. Об'єм рекламно-комунікаційного ринку України 2019 і прогноз об'ємів ринку 2020. <i>Маркетинг в Україні</i>. 2019. №6. С. 12-18. 5. Маркетинг : навчальний посібник / за ред. А.О.Старостіної. Київ : НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с. 6. Полінкевич О.М. Маркетинг туризму та готельно-ресторанної справи: навч. посіб. Луцьк : ЛНТУ, 2022. 288 с. 7. Пустонін В. Бренд компанії на В-to-B строится на сервисе. <i>Маркетинг в Україні</i>. 2019. №4. С. 34-37. 8. Пустонін В. Ідентичність бренду: що це та як її створити? <i>Маркетинг і реклама</i>. 2018. №1 С. 40-46. 9. Руделіус В., Азарян О.М., Бабенко Н.О. Маркетинг : підручник. URL : http://www.management.com.ua/books/view-books.php?id=257 10. Ромат Є.В. Сутність та поняття системи маркетингових комунікацій. <i>Маркетинг і реклама</i>. 2017. №10. С. 30-37. 11. Сенишин О.С., Кривешко О.В. Маркетинг : навчальний посібник. Львів : Львівський національний університет імені І.Франка, 2020. 347 с. URL : https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/10/MARKETING_NAVCH.POSIBNYK_SENY_SHYN-KRYVESHKO_FINAL_ALL.pdf (дата звернення 01.06.2022) 12. Стамат В.М., Вознюк К.І. Просування продукції на ринок за допомогою сучасних інформаційних технологій. <i>Обліково-аналітичне і фінансове забезпечення діяльності суб'єктів господарювання: глобалізаційні та євроінтеграційні аспекти</i>: матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. (17-18 листопада 2021 р., м.Миколаїв). Миколаїв : МНАУ, 2021. С. 144-147. URL : https://www.mnau.edu.ua/files/nauk_prof_konf/tezi-internet-konferenciyi-2021.pdf 13. Стамат В.М., Зосімова В.Р. Маркетингові інновації у готельному господарстві. <i>Обліково-аналітичне і фінансове забезпечення діяльності суб'єктів господарювання: глобалізаційні та євроінтеграційні аспекти</i>: матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. (17-18 листопада 2021 р., м.Миколаїв). Миколаїв : МНАУ, 2021. С. 138-141. URL : https://www.mnau.edu.ua/files/nauk_prof_konf/tezi-internet-konferenciyi-2021.pdf 14. Стамат В.М., Недбайло І.І. Розвиток маркетингу на основі діджиталізації. <i>Обліково-аналітичне і фінансове забезпечення діяльності суб'єктів господарювання: глобалізаційні та євроінтеграційні аспекти</i>: матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. (17-18 листопада 2021 р., м.Миколаїв). Миколаїв : МНАУ, 2021. С. 150-154. URL : https://www.mnau.edu.ua/files/nauk_prof_konf/tezi-internet-konferenciyi-2021.pdf
--	--

15. Стамат В. М., Нехайчик Є. Є. Основні тренди маркетингової діяльності: світовий погляд. *Modern Economics*. 2023. № 38(2023). С. 152-157. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V38\(2023\)-23](https://doi.org/10.31521/modecon.V38(2023)-23).
16. Стамат В.М., Смирнова А.А., Савченко Н.С. Споживача поведінка на ринку туристичних послуг регіону. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2018. Вип.4. С.23-33.
17. Стамат В.М., Скорук А.Ю. Маркетингові інновації у ресторанному господарстві. *Обліково-аналітичне і фінансове забезпечення діяльності суб'єктів господарювання: глобалізаційні та євроінтеграційні аспекти*: матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. (17-18 листопада 2021 р., м.Миколаїв). Миколаїв : МНАУ, 2021. С. 141-144. URL : https://www.mnau.edu.ua/files/nauk_prof_konf/tezi-internet-konferencivi-2021.pdf
18. Стамат В. М., Скорук А. Ю. Сегментація цільової аудиторії як важливий етап маркетингу на ринку готельно-ресторанного бізнесу. *Modern Economics*. 2022. № 35(2022). С. 112-117. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V35\(2022\)-17](https://doi.org/10.31521/modecon.V35(2022)-17).
19. Стамат В. М. Сучасні тенденції менеджменту ресторанного бізнесу. *Modern Economics*. 2022. № 36(2022). С. 130-136. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V36\(2022\)-19](https://doi.org/10.31521/modecon.V36(2022)-19).
20. Стамат В.М. Маркетинг готельного і ресторанного господарства : конспект лекцій для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» денної форми навчання / уклад. В. М. Стамат. Миколаїв : МНАУ, 2021. 161 с.
21. Стамат В.М. Маркетинг готельного і ресторанного господарства : методичні рекомендації до виконання практичних занять і самостійної роботи для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» денної форми навчання / уклад. В. М. Стамат. Миколаїв : МНАУ, 2021. 82 с.
22. Стамат В.М. Розвиток маркетингу ресторанного господарства: світовий досвід. *Розвиток українського села – основа аграрної реформи в Україні* : Причорноморська регіональна науково-практична конференція професорсько-викладацького складу, 20-22 квітня 2022 р., Миколаїв. Миколаїв : МНАУ, 2022
23. Стамат В.М. Стратегічний аналіз як етап стратегічного підходу до управління підприємством. *Глобальні принципи фінансового, облікового та аналітичного забезпечення аграрного сектора економіки* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., м.Харків, 8-9 листопада 2018 р. Харків, 2018. С. 305-308.
24. Цвілій С.М., Кукліна Т.С., Зайцева В.М. Маркетинг в готельно-ресторанному господарстві : навч. посіб. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2023. 260 с.
25. Olena Dovgal, Oleksandr Novikov, Oleksandr Bilichenko, Liliia Kozachenko, Viktoriia Stamat Implementation of the Concept of Circular Economy as an Integral Component of Sustainable Development of the Region: Problems and Prospects. *Review of Economics and Finance*. 2022. #20. p.1051-1059

8.2 Допоміжна література

Силабус навчальної дисципліни «Маркетинг готельного і ресторанного господарства». Розробник – канд.екон.наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та маркетингу Стамат Вікторія Михайлівна

1. Актуальні тренди digital-маркетингу. *Маркетинг і реклама*. 2018. №6. С. 50-52.
2. Балацька Н., Радкевич Л., Робул Ю., Вдовічена О., Стренковська А. Цифрові технології та диджитал-маркетинг: нові можливості для туристичного та готельно-ресторанного бізнесу. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2022. Вип. 6(47). С. 424-432.
3. Барна М.Ю., Гліненко Л.К., Дайновський Ю.А. Маркетингові дослідження у сфері готельно-ресторанного та туристичного бізнесу: проблеми і недоліки. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2021. Вип. 1. С. 5-17.
4. Бур'янов В. Тривіальні маркетингові маніпуляції, шляхи їх усунення та чому обізнаність споживача необхідна маркетологам. *Маркетинг в Україні*. 2021. №2. С. 16-32.
5. Бухалова Н. «Зверьки» неіснуючої породи: українське покоління Z. *Маркетинг і Україна*. 2019. №1. С. 12-24.
6. Вардевян В.А. Проблемні аспекти формування іміджу підприємств готельно-ресторанного бізнесу. *Економіка та управління підприємствами*. 2017. Випуск 4 (68). С.82-91. URL : <http://chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2017/v4/10.pdf>
7. Голованова М., Каменева З. Лояльність клієнтів і метрики її вимірювання. *Маркетинг в Україні*. 2019. №1. С. 43-46.
8. Деревянко О. Репутація: реальність та спекуляції. *Маркетинг і реклама*. 2018. №4. С. 24-26.
9. Дигун О. Управління лояльністю споживачів на прикладі програм лояльності. *Маркетинг в Україні*. 2021. №5. С. 32-36.
10. Дружинська Ю. Influence marketing – кейси мережі отелей Radisson Blu. *Маркетинг і реклама*. 2018. № 11-12. С. 36-43.
11. Ільченко К. Нейромаркетинг не хайп, а корисний інструмент для грамотного маркетолога. *Маркетинг в Україні*. 2021. №1. С. 60-64.
12. Ковальчук С., Лазебник М. Ринок маркетингових комунікацій України: огляд та тенденції розвитку. *Маркетинг в Україні*. 2016. №3. С. 18-34.
13. Колядюк Р.І., Сосновський Д.О. Інвестиційний проєкт у ІІТ-технології стратегічного маркетингу як інструмент входження в зарубіжні ринки. *Маркетинг і реклама*. 2018. №4. С. 50-55.
14. Лилик І.В. Ринок маркетингових досліджень в Україні 2017: експертна оцінка та аналіз УАМ. *Маркетинг в Україні*. 2018. №1. С. 4-29.
15. Лилик І.В. Ринок маркетингових досліджень в Україні 2019: експертна оцінка та аналіз УАМ. *Маркетинг в Україні*. 2020. №1. С. 4-29.
16. Лилик І.В. Ринок маркетингових досліджень в Україні 2020: експертна оцінка та аналіз УАМ. *Маркетинг в Україні*. 2021. №1. С. 4-25.
17. Оцінка обсягу ринку маркетингових сервісів. Стриманий оптимізм: висновки 2021. Прогноз на 2022. *Маркетинг в Україні*. 2021. №6. С. 47-51.
18. Параска М. Що в імені тобі мосму, або в чому сила бренду. *Маркетинг в Україні*. 2021. №2. С. 36-38.
19. Параска М., Худолей Л. Про роботу маркетингових відділів

- компаній в умовах нової реальності. *Маркетинг в Україні*. 2021. №2. С. 13-15.
20. Перезовова І., Малинка О. Нейромаркетинг: як краще зрозуміти покупця. *Маркетинг в Україні*. 2019. №2. С. 40-44.
 21. Петрова О. Зміни підходів в управлінні маркетинговими активностями. *Маркетинг в Україні*. 2021. №1. С. 50-59.
 22. Пустонін В. Як стати гарним бренд-менеджером? *Маркетинг і реклама*. 2014. №1 С. 28-29.
 23. Разінькова М.Ю. Етапи проведення маркетингового планування в ресторанному бізнесі. *Економіка та держава*. 2020. №2. С. 62-66.
 24. Ромат Є.В. Неформальні вербальні маркетингові комунікації (початок). *Маркетинг і реклама*. 2017. № 5-6. С. 30-40.
 25. Ромат Є.В. Неформальні вербальні маркетингові комунікації (продовження). *Маркетинг і реклама*. 2017. № 7-8. С. 49-55.
 26. Ромат Є.В., Юрчак Е.В. Бренд-маркетингові комунікації підприємств ресторанного господарства. *Інвестиції: практик та досвід*. 2017. №3. С.55-64. URL : http://www.investplan.com.ua/pdf/3_2017/12.pdf
 27. Севонькаєва О. Сучасні технології маркетингових комунікацій. *Маркетинг в Україні*. 2019. №2. С. 45-50.
 28. Силивейстр В. Маркетинг у ресторанному бізнесі. URL : <https://joinposter.com/post/restaurant-marketing>
 29. Силивейстр В. Помилки ресторанного бізнесу. Досвід відомих рестораторів. URL : <https://joinposter.com/post/restaurant-business-fails>
 30. Силивейстр В. Цільова аудиторія ресторану. URL : <https://joinposter.com/post/restaurant-target-audience>
 31. Силивейстр В. Програми лояльності для ресторанів. URL : <https://joinposter.com/post/restaurant-loyalty-programs>
 32. Силивейстр В. Вибір постачальника у ресторан. URL : <https://joinposter.com/post/choose-the-restaurant-supplier>
 33. Силивейстр В. Як просувати ресторан в Інтернеті: креативні ідеї для розкручування Вашого закладу. URL : <https://joinposter.com/post/how-to-promote-restaurant-in-internet>
 34. Силивейстр В. Як підвищити середній чек у ресторані. URL : <https://joinposter.com/post/how-to-increase-the-average-check-in-restaurant>
 35. Силивейстр В. Кав'ярні третьої хвилі: що купують частіше і чому. URL : <https://joinposter.com/post/specialty-coffee-research>
 36. Сучасні моделі поведінки покупця. *Маркетинг і реклама*. 2018. №6. С. 42-44.
 37. Старостіна А. Український маркетинг: становлення та перспективи розвитку. *Маркетинг в Україні*. 2017. №4. С. 4-10.
 38. Стамат В.М., Гетманцева К.С. Сучасні тенденції розвитку ресторанного бізнесу в Україні. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством: збірник тез доповідей VI Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Полтава, 30-31 березня 2023 року)*. Полтава: Полтавський державний аграрний університет. 2023.
 39. Стамат В.М., Гриб В.О. Розвиток ділового туризму: світові

Силабус навчальної дисципліни «Маркетинг готельного і ресторанного господарства». Розробник – канд.екон.наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та маркетингу Стамат Вікторія Михайлівна

- тенденції. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством*: збірник тез доповідей VI Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Полтава, 30-31 березня 2023 року). Полтава: Полтавський державний аграрний університет, 2023.
40. Стамат В.М., Гончар Є.А. Розвиток цифрових технологій у маркетингу. *Бухгалтерський облік, контроль та аналіз в умовах інституційних змін*. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. 27 жовтня 2022 р., м. Полтава. Полтава : Полтавський державний аграрний університет, 2022. С.1143-1145
41. Стамат В.М., Жуковська Т.С. Теоретичні та практичні аспекти ефективності маркетингу. *Обліково-аналітичне і фінансове забезпечення діяльності суб'єктів господарювання: глобалізаційні та євроінтеграційні аспекти*: матеріали VII Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Миколаїв, 16-17 листопада 2022 р.). Миколаїв : МНАУ. 2022. С.105-110.
42. Стамат В.М., Зозуля О.В. Особливості дослідження поведінки споживачів. *Сучасна наука: інновації та перспективи*: матеріали Міжнародної мультидисциплінарної науково-практичної інтернет-конференції (м.Київ, 6-7 квітня 2023 року). Київ: Київський інститут залізничного транспорту Державного університету інфраструктури та технологій. 2023. С. 402-404.
43. Стамат В.М., Калюжна М.О. Розвиток ресторанного бізнесу у світі: виклики та тенденції. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством*: збірник тез доповідей VI Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Полтава, 30-31 березня 2023 року). Полтава: Полтавський державний аграрний університет. 2023.
44. Стамат В.М., Красноноженко В.О. Маркетингові бізнес-ідеї як чинник інноваційного забезпечення управління стратегічним розвитком підприємств. *Стратегія інноваційного розвитку аграрних формувань України: аналітико-прогностичний аспект*. Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції, 05-06 жовтня 2022 р., м.Київ. Київ : НУБіП, 2022. С. 90-92
45. Стамат В.М., Нестерчук Т.В. Сучасні тенденції розвитку реклами. *Тренди розвитку менеджменту, фінансів та бізнес-технологій в умовах формування сучасної економіки та суспільства* : збірник тез доповідей Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 30 листопада 2022 р.). Київ: Міжнародний європейський університет. 2022. С.408-409
46. Стамат В.М., Флакей М.Г. Стратегії бренд-комунікацій в умовах євроінтеграційних процесів. *Наукові проблеми господарювання на макро-, мезо- та мікроекономічному рівнях*: збірник тез доповідей XXI Міжнар. наук.-практ. конф. (м.Одеса, 26-27 квітня 2023 року). Одеса: ОНЕУ. 2023.
47. Стамат В.М., Шаркова В.Ю. Розвиток рекреаційного туризму у світі. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством*: збірник тез доповідей VI Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Полтава, 30-31 березня 2023 року).

Полтава: Полтавський державний аграрний університет. 2023.

48. Стамат В.М., Шумилова І.С. Сучасні типи маркетингових досліджень в Україні. *Актуальні проблеми економіки, фінансів, обліку, менеджменту і права: теорія і практика*: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (м. Житомир, 8 квітня 2023 року). Житомир: Центр фінансово-економічних наукових досліджень. 2023. С. 61-62.
49. Ткач В.О., Харенко Д.О., Камушков О.М. Маркетингова стратегія просування гастрономічного бренду туристичної дестинації. Український журнал прикладної економіки. 2021. №1. Том 6. С. 169-176. URL : <http://ujac.org.ua/marketyngova-strategiya-prosuwannya-gastronomichnogo-brendu-turystychnoyi-destynatsiyi/>
50. Федорова К. 8 порад для SMM ресторану: як ефективно просувати заклад у соціальних мережах. URL : <https://joinposter.com/post/smm-dlya-restorana>
51. Широченська І.П. Основні поняття та методи вимірювання лояльності. *Маркетинг і реклама*. 2017. №7-8. С. 32-39.
52. Aaron Allen Global Restaurant Marketing Trends and Examples. <https://aaronallen.com/blog/global-restaurant-marketing-examples>
53. A.J. Beltis Restaurant Forecasting: How to, Formulas, Methods and More. URL : <https://www.7shifts.com/blog/restaurant-forecasting-guide/>
54. Amanda McNamara How to do Restaurant marketing. URL : <https://pos.toasttab.com/blog/on-the-line/restaurant-marketing>
55. Candance Webb Marketing Plans for a Coffee House. URL : <https://smallbusiness.chron.com/marketing-plans-coffee-house-11365.html>
56. Chelsea Versteegen How to Create a Restaurant Marketing Plan For Any Size or Budget. URL : <https://pos.toasttab.com/blog/on-the-line/restaurant-marketing-plan>
57. David Wachs 11 Restaurant Marketing Strategies that work in 2022. URL : <https://www.7shifts.com/blog/restaurant-marketing-strategies-and-tips/>
58. Jessica Reimer How to Calculate ROI in Restaurant Marketing. URL : <https://pos.toasttab.com/blog/on-the-line/how-to-calculate-roi-in-marketing>
59. Kellye Hubble Dishing on 4 digital trends for future-focused restaurant marketers. URL : <https://www.littlefieldagency.com/4-digital-marketing-trends-for-restaurants-2021/>
60. Kendal Austin The Guide to Restaurant Social Media Marketing. URL : <https://pos.toasttab.com/blog/on-the-line/examples-of-awesome-restaurant-social-media-marketing>
61. Laura-Andreea Voicu 10 Restaurant Marketing Trends You Need to Capitalize on in 2022. URL : <https://www.gloriafood.com/restaurant-marketing-trends>
62. Linda Ray An Effective Marketing Plan for the Hotel and Restaurant Industry. URL : <https://smallbusiness.chron.com/effective-marketing-plan-hotel-restaurant-industry-43767.html>
63. Mark Saltarelli Online Restaurant Marketing Ideas: From Beginner to Expert. URL : <https://pos.toasttab.com/blog/on-the-line/restaurant-marketing-ideas>

Силабус навчальної дисципліни «Маркетинг готельного і ресторанного господарства». Розробник – канд.екон.наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та маркетингу Стамат Вікторія Михайлівна

	<p>64. Restaurant Marketing Trend and Ideas in 2022. URL : https://bloomintelligence.com/restaurant-marketing/how-to-market-a-restaurant/</p> <p>65. Robert Hale How to Create Your Restaurant Marketing Budget. URL : https://pos.toasttab.com/blog/on-the-line/restaurant-marketing-budget</p> <p>66. Sam Kusinitz Four Wall Restaurant Marketing: 7 ways to engage guests. URL : https://pos.toasttab.com/blog/on-the-line/four-wall-restaurant-marketing-engage-guests-at-the-table</p> <p>67. Sarah Vining How to Market a Hotel Restaurant. URL : https://www.cvent.com/en/blog/hospitality/market-hotel-restaurant</p> <p style="text-align: center;">8.3 Інформаційні ресурси</p> <p>1. Всеукраїнська громадська організація «Всеукраїнська рекламна коаліція» : сайт. URL : https://vrk.org.ua/</p> <p>2. Маркетинг в Україні : сайт. URL : http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/rchive.php</p> <p>3. Маркетинг і реклама : сайт. URL : https://smartpress.com.ua/товар-2020-marketing-i-reklama</p> <p>4. Українська асоціація маркетингу : сайт. URL : http://www.uam.in.ua/ukr/about/</p> <p style="text-align: center;">8.4 Законодавчо-нормативні акти</p> <p>1. Про захист економічної конкуренції : Закон України від 11.01.2001 №2210-III із змінами та доповненнями від 07.05.2022. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text</p> <p>2. Про захист прав споживачів : Закон України від 12.05.1991 №1023-XII із змінами та доповненнями від 01.07.2021. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text</p> <p>3. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг : Закон України від 15.12.1993 №3689-XII із змінами та доповненнями від 21.07.2020. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3689-12#Text</p> <p>4. Про рекламу : Закон України від 03.07.1996 №270-96/ВР із змінами та доповненнями від 12.05.2022. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text</p> <p>5. Про ціни і ціноутворення : Закон України від 21.06.2012 №5007-VI із змінами та доповненнями від 12.05.2022. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17#Text</p>
<p>9. Інтеграція здобувачів вищої освіти з особливими освітніми потребами</p>	<p>Організація навчання осіб з особливими освітніми потребами у МНАУ здійснюється відповідно до Постанови КМУ «Про затвердження Порядку організації інклюзивного навчання у закладах вищої освіти», затвердженого 10.07.2019 р. за №635. Відповідно до даного Порядку навчання осіб з особливими освітніми потребами може проходити із психолого-педагогічним супроводом. До складу групи психолого-педагогічного супроводу залучаються науково-педагогічні працівники закладу вищої освіти, представники адміністрації та інші фахівці за потреби: проректор з науково-педагогічної та виховної роботи і підвищення кваліфікації Шарата Наталя, +380 (512) 70-93-34, sharata@mnau.edu.ua; психолого-педагогічна лабораторія науково-просвітницьких інноваційних технологій розвитку особистості МНАУ, яка здійснює свою діяльність щодо забезпечення соціального супроводу та психологічного забезпечення навчально-виховного процесу серед науково-педагогічних працівників та студентів, Рурик Галина, http://www.mnau.edu.ua/vyh-rob/ps-sluzh.</p>

	<p>Набуття програмних результатів в умовах інклюзивної освіти здійснюється відповідно до Положення про організацію інклюзивного навчання осіб з особливими освітніми потребами у Миколаївському національному аграрному університеті із застосуванням особистісно орієнтованих методів навчання та з урахуванням індивідуальних особливостей навчально-пізнавальної діяльності усіх здобувачів вищої освіти, рекомендацій індивідуальної програми реабілітації особи з інвалідністю (за наявності) та/або висновку про комплексну психолого-педагогічну оцінку розвитку здобувачів вищої освіти (за наявності), що надається інклюзивно-ресурсним центром.</p> <p>В університеті вхід облаштовано пандусом. Є кнопка виклику чергового. Є відповідальні особи, які організують освітній процес (декан, заступники декана, куратор). Для навчання, професійної підготовки або перепідготовки осіб з особливими освітніми потребами застосовуються види та форми здобуття освіти, що враховують їхні потреби та індивідуальні можливості. Передбачено використання індивідуальної форми навчання для здобувачів за допомогою:</p> <ul style="list-style-type: none"> - дистанційної системи Moodle https://moodle.mnau.edu.ua/course/view.php?id=2721; лекційний матеріал, матеріал для практичних занять та самостійної роботи; - платформи онлайн-занять JeetSi Meet: для проведення лекційних занять, індивідуальних практичних занять, консультацій тощо; - електронного депозитарію МНАУ – для використання інформаційних матеріалів; - аудіо- та відеоповідлень з лекційним матеріалом, пояснень особливостей завдань та напрямів їх виконання тощо; - спілкування через електронну пошту vmkolesnyk@ukr.net та телефонний зв'язок; - індивідуального підходу до викладення матеріалу навчальної дисципліни; - можливостей залучення до освітнього процесу куратора академічної групи та людини, яка знаходиться поряд з здобувачем вищої освіти з особливими освітніми потребами. <p>У разі потреби для осіб з особливими освітніми потребами може бути розроблено індивідуальний навчальний план за їх участі з урахуванням рекомендацій індивідуальної програми реабілітації особи з інвалідністю (за наявності) та/або висновку про комплексну психолого-педагогічну оцінку розвитку дитини (за наявності). Для таких осіб у закладі вищої освіти організовується інклюзивне навчання за такими формами здобуття освіти: очна (денна), заочна, дистанційна.</p>
<p>10. Доступ до матеріалів навчання</p>	<p>Необхідне навчально-методичне забезпечення курсу розміщене в друкованому та електронному вигляді у бібліотеці МНАУ у вільному доступі та у платформі moodle: https://moodle.mnau.edu.ua/course/view.php?id=2721</p>

Силабус навчальної дисципліни розроблено:

Доцентом кафедри менеджменту та маркетингу, канд.економ.наук



Вікторія СТАМАТ