

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Відокремлений структурний підрозділ

«Любешівський технічний фаховий коледж

Луцького національного технічного університету»

Випускна циклова (методична) комісія педагогічних працівників харчового виробництва, галузевого машинобудування, готельно-ресторанної справи та обліку і оподаткування



ЗАТВЕРДЖЕНО

Заступник директора з НР

Тетяна ГЕРАСИМИК-ЧЕРНОВА

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ

Освітньо-професійний ступінь	Фаховий молодший бакалавр з готельно-ресторанної справи
Галузь знань	24 Сфера обслуговування
Спеціальність	241 Готельно-ресторанна справа
Освітньо-професійна програма	Готельно-ресторанна справа

Любешів 2024 р.

Розробник: Кухар Ростислав Юрійович, викладач коледжу

ДАНІ ПРО ПОГОДЖЕННЯ
РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Розглянуто та схвалено на засіданні робочої проєктної групи (РПГ) освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа»	Протокол від <u>02.09.2024р.</u> № <u>1</u> Керівник РПГ  <u>Кравченко Т.Ф.</u> (підпис) (ініціали)
Розглянуто та схвалено на засіданні випускної циклової (методичної) комісії педагогічних працівників харчового виробництва, галузевого машинобудування, готельно-ресторанної справи та обліку і оподаткування	Протокол від <u>02.09.2024р.</u> № <u>1</u> Голова ВЦ(М)К  <u>Кравченко Т.Ф.</u> (підпис) (ініціали)

Дані про перегляд робочої програми навчальної дисципліни:

Навчальний рік, в якому вносяться зміни	Номер додатку до робочої програми з описом змін	Зміни розглянуто і схвалено			
		Дата та номер протоколу засідання РПГ	Підпис керівника РПГ	Дата та номер протоколу засідання циклової методичної комісії	Голова циклової методичної комісії

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1. Загальна інформація про навчальну дисципліну	
Повна назва навчальної дисципліни	Менеджмент і маркетинг готельно-ресторанної справи
Розробник(и)	Кухар Ростислав Юрійович, викладач E-mail: rostik3@gmail.com www.blogger.com/blog/posts
Семестр вивчення навчальної дисципліни	Термін навчання: 15 тижнів протягом 3-го семестру, 16 тижнів протягом 4-го семестру
Обсяг навчальної дисципліни	Обсяг навчальної дисципліни становить 4 кредити ЄКТС, 120 годин, з яких 62 годин становить контактна робота з викладачем (62 години лекцій), 58 години становить самостійна робота. Форма контролю – екзамен. Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання - 2 год. Курсовий проект (робота) (за наявності) – не передбачено.
Мова(и) викладання	Українською мовою
2. Місце навчальної дисципліни в освітній програмі	
Статус дисципліни	Дисципліна, що формує спеціальні компетентності
Передумови для вивчення дисципліни	Необхідні знання з: «Організація готельного господарства», «Організація ресторанного господарства», «Економіка підприємств»
Додаткові умови	«Устаткування закладів готельно-ресторанного господарства», «Управління якістю продукції та послуг в готельно-ресторанному господарстві»
Обмеження	Обмеження відсутні
3. Мета та завдання навчальної дисципліни	
<p>Метою викладання навчальної дисципліни є розкриття сутності і можливостей менеджменту в готельно-ресторанній справі, ознайомлення з сучасними методами і прийомами роботи в умовах галузевої конкуренції, набуття практичних навичок використання методик стратегічного аналізу, розроблення стратегій діяльності і засобів їх реалізації організаціями різних форм власності і масштабів діяльності, вміння використовувати необхідний інструментарій менеджменту в конкретній ситуації при розробленні управлінських рішень. А також ознайомити студентів із сутністю та принципами маркетингу в туризмі та готельно-ресторанному господарстві; сформувані необхідні навички маркетингового управління в готельно-ресторанному господарстві; сформувані навички маркетингової діяльності готельного чи ресторанного підприємства.</p> <p>Завдання курсу – викласти теоретичні основи та методологічні особливості застосування системного підходу у вивченні сучасних механізмів менеджменту та маркетингу щодо надання послуг в готельно-ресторанному бізнесі, розкриття основних понять теорії стратегічного управління підприємством; вивчення теоретичних засад управління змінами, методів аналізу ресурсів та компетенцій підприємства; сформувані уявлення про сучасний стан розвитку готельно-ресторанної справи. А також визначення основних понять та принципів маркетингу в туризмі та готельно-ресторанному господарстві; вивчення методів маркетингового управління в</p>	

туризмі та готельно-ресторанному сервісі; освоєння маркетингових інструментів в туристичній сфері; вивчення процесу та принципів маркетингового управління туристичним, готельним чи ресторанним підприємством.

4. Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач в результаті вивчення дисципліни

ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 4. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

СК 7. Здатність планувати, аналізувати та контролювати власну роботу та роботу обслуговуючого персоналу.

СК 8. Здатність знаходити творчі рішення на визначені конкретні проблеми у професійній діяльності.

СК 10. Здатність застосовувати інноваційні технології обслуговування споживачів для покращення результатів власної діяльності і роботи інших.

СК 12. Здатність реалізовувати ефективні внутрішні комунікації та навички взаємодії у професійній діяльності.

5. Програмні результати навчання

РН 1. Застосовувати нормативно-правові акти у професійній діяльності.

РН 4. Спілкуватися державною та іноземною мовами у сфері професійної діяльності та міжособистісних комунікацій.

РН 5. Застосовувати принципи соціальної відповідальності і громадської свідомості під час виконання професійних обов'язків.

РН 6. Застосовувати навички клієнтоорієнтованого сервісу у професійній діяльності.

РН 8. Дотримуватися вимог охорони праці та протипожежної безпеки у закладах готельного та ресторанного господарства.

РН 9. Здійснювати процес обслуговування споживачів у закладах готельного та ресторанного господарства із використанням сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій.

РН 10. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами ресторанних і готельних послуг у професійній діяльності.

РН 13. Оформлювати первинну облікову і технологічну документацію у професійній діяльності.

РН 14. Контролювати якість продукції і послуг закладів готельного і ресторанного господарства.

6. Вимоги до знань і вмінь

В результаті вивчення дисципліни студент повинен знати: форми розвитку готельного бізнесу, типи готелів; базові поняття маркетингу; сучасний стан готельного господарства України; історію та теорію створення, формування і розвитку ринку послуг готельного бізнесу і туризму; понятійний апарат готельного бізнесу; умови здійснення стандартизації, сертифікації готельних послуг; сучасні інформаційні технології для виробництва та надання готельних послуг; нормативи якості готельних послуг; особливості ринку послуг готельного бізнесу та туризму в світовій туристичній сфері; знати особливості менеджменту підприємств готельного та туристичного комплексу; понятійний апарат маркетингу, специфіку застосування маркетингових інструментів в готельно-ресторанному господарстві, систему маркетингових досліджень, принципи ціноутворення.

В результаті вивчення дисципліни студент повинен вміти: проектувати послуги гостинності, використовуючи інтеракцію діючих стандартів на види послуг; аналізувати й оцінювати варіанти проектів готельно-ресторанних послуг і визначати найбільш раціональні з них для реалізації в практиці бізнесу; приймати ефективні управлінські рішення у сфері розширення і модернізації послуг у готельно-ресторанному бізнесі; вільно володіти технологією у сфері готельно-ресторанного бізнесу; орієнтуватися в законодавчій та нормативно-правовій базі готельно-ресторанного бізнесу; характеризувати основні сегменти сфери готельних послуг; аналізувати якість наданих послуг гостинності; організувати ефективний маркетинг готельного чи ресторанного підприємства, організувати маркетингові дослідження, формувати систему маркетингових заходів, вибрати ефективні канали збуту туристичного продукту, застосовувати засоби маркетингових комунікацій в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі.

7. Програма навчальної дисципліни

Модуль 1. Менеджмент готельно-ресторанного господарства (теоретичні засади)

Тема 1. Менеджмент готельно-ресторанного господарства: сутність, основні підходи.

Сутність і основні підходи в менеджменті. Суб'єкт та об'єкт управління, їх характеристика, взаємозв'язок і взаємодія. Формування і розвиток науки про управління: Зародження науки про управління, Еволюція наукових шкіл менеджменту. Принципи, рівні, цілі, завдання менеджменту.

Тема 2. Індустрія гостинності як об'єкт управління.

Готельні заклади як об'єкт управління. Еволюція та сучасні тенденції індустрії гостинності. Характеристика і особливості готельних послуг. Типізація і класифікація закладів розміщення. Заклади харчування як об'єкт управління. Класифікація підприємств харчування. Економічна сутність і види діяльності підприємств харчування. Особливості та проблеми управління закладами готельно-ресторанного господарства.

Тема 3. Функції менеджменту в готельно-ресторанному бізнесі

Поняття і класифікація функцій управління. Організація як функція менеджменту. Планування як функція менеджменту. Мотивація як функція менеджменту і її особливості в готельно-ресторанному бізнесі. Контроль як функція менеджменту і її особливості в готельно-ресторанному бізнесі.

Тема 4. Методи менеджменту в готельно-ресторанному господарстві

Поняття, сутність і класифікація методів менеджменту. Маркетинг як метод управління. Економічні методи управління в менеджменті. Адміністративні (організаційно-розпорядчі) методи менеджменту. Соціально-психологічні методи управління.

Модуль 2. Менеджмент готельно-ресторанного господарства (управлінські процеси на підприємствах)

Тема 5. Організаційно-функціональна структура сучасних підприємств готельно-ресторанного господарства.

Поняття та класифікація організаційних структур управління. Організаційні структури управління в готелях. Організаційні структури управління підприємств харчування.

Тема 6. Стиль керівництва й управлінські рішення на підприємствах готельно-ресторанного господарства.

Управлінські рішення: сутність, класифікація. Розробка, реалізація та контроль реалізації управлінських рішень. Стиль керівництва: поняття, класифікація, характеристика.

Тема 7. Управління персоналом в закладах готельно-ресторанного господарства.

Кадровий потенціал підприємств індустрії гостинності. Система управління персоналом підприємств готельно-ресторанного господарства.

Тема 8. Управління безпекою в готельно-ресторанному бізнесі

Розробка концепції безпеки готелю. Тактико-організаційні заходи гарантування безпеки. Комплекс технічних засобів безпеки. Застосування системи контролю доступу готелю як напрям удосконалення безпеки. Харчова безпека у закладах ресторанного господарства. Охорона праці в закладах громадського харчування.

Модуль 3. Основні положення маркетингу.

Тема 9. Основні поняття маркетингу. Середовище і види маркетингу.

Суть і зміст маркетингу. Принципи маркетингу. Специфіка маркетингу в туризмі і готельно-ресторанному господарстві та їх характеристика. Комплекс маркетингу. Поняття середовища маркетингу в готельно-ресторанному господарстві. Концепції маркетингу та їх характеристика. Види маркетингу.

Тема 10. Маркетингові дослідження і їх напрямки.

Поняття маркетингових досліджень. Мета і завдання маркетингових досліджень. Дослідження зовнішнього і внутрішнього маркетингового середовища.

Тема 11. Процес маркетингових досліджень.

Етапи процесу маркетингових досліджень. Складання плану маркетингових досліджень.

Первинна і вторинна інформація в маркетингових дослідженнях.

Тема 12. Методи маркетингових досліджень. Сегментація ринку.

Класифікація методів маркетингових досліджень. Кабінетні і полові методи досліджень. Спеціальні і синдикативні дослідження. Специфіка використання різних методів досліджень. Процес сегментування ринку. Класифікація факторів сегментації. Вибір цільових сегментів ринку. Позичування туристичного продукту та готельно-ресторанних послуг.

Модуль 4. Елементи комплексу маркетингу.

Тема 13. Продуктова політика.

Поняття продукту. Основні види і класифікації товарів і послуг. Структура продуктової політики.

Тема 14. Розробка нового продукту і створення конкурентоспроможних послуг.

Етапи розробки нового продукту. Перевірка нового продукту в реальних умовах. Критерії забезпечення якості конкурентоспроможних послуг.

Тема 15. Життєвий цикл продукту.

Поняття і значення життєвого циклу продукту. Етапи життєвого циклу продукту. Маркетингові заходи на різних етапах життєвого циклу продукту.

Тема 16. Цінова політика.

Поняття і значення цінової політики. Процес ціноутворення в готельно-ресторанному господарстві. Постановка цілей і завдань ціноутворення. Визначення попиту. Оцінка витрат. Аналіз цін і товарів конкурентів.

Тема 17. Методи ціноутворення і коригування цін.

Вибір методу ціноутворення. Встановлення остаточної ціни. Коригування цін і фактори що їх визначають.

Тема 18. Політика розподілу.

Сутність і значення політики розподілу. Основні поняття та функції системи розподілу. Канали розподілу в готельно-ресторанному господарстві, їх характеристика.

Тема 19. Формування системи розподілу.

Процес формування системи розподілу. Вибір систем розподілу. Налаштування роботи з посередниками. Управління каналами розподілу.

Модуль 5. Комунікаційна політика.

Тема 20. Поняття комунікаційної політики.

Визначення і сутність комунікаційної політики. Завдання комунікаційної політики. Процес маркетингових комунікацій. Засоби просування.

Тема 21. Процес формування комплексу просування.

Цілі просування в готельно-ресторанному господарстві. Фактори, що впливають на процес формування комплексу просування. Засоби просування.

Тема 22. Реклама як засіб просування.

Поняття реклами. Принципи застосування реклами в готельно-ресторанному господарстві. Види реклами. Процес розробки реклами. Носії реклами.

Тема 23. Стимулювання збуту як засіб просування.

Поняття стимулювання збуту. Мета і завдання стимулювання збуту. Засоби стимулювання збуту і їх характеристика.

Тема 24. Інші засоби просування.

Персональний продаж. Паблік рилейшнз. Прямий маркетинг. Виставки та ярмарки. Брендінг. Спонсорство.

8. Тематичне планування навчальної дисципліни (структура дисципліни)

№ п/п	Назва теми курсу	Лекції (год)	ІПР (год)	ЛР (год)	СР (год)	ІНДЗ	РГР, р	КП (Р)	Всього (год)	Примітка
III семестр										
Модуль 1. Менеджмент готельно-ресторанного господарства (теоретичні засади)										
1	Тема 1. Менеджмент готельно-ресторанного господарства: сутність, основні підходи	2			2				4	
2	Тема 2. Індустрія гостинності як об'єкт управління.	4			3				7	
3	Тема 3. Функції менеджменту в готельно-ресторанного бізнесі.	4			3				7	
4	Тема 4. Методи менеджменту в готельно-ресторанному господарстві	4			4				8	
Модуль 2. Менеджмент готельно-ресторанного господарства (управлінські процеси на підприємствах)										
5	Тема 5. Організаційно-функціональна структура сучасних підприємств готельно-ресторанного господарства	4			4				8	
6	Тема 6. Стель керівництва й управлінські рішення на підприємствах готельно-ресторанного господарства	4			4				8	
7	Тема 7. Управління персоналом в закладах готельно-ресторанного господарства.	4			4				8	
8	Тема 8. Управління безпекою в готельно-ресторанному бізнесі.	4			4				8	
Всього за III семестр		30			30				60	
IV семестр										
Модуль 3. Основні положення маркетингу										
9	Тема 9. Основні поняття маркетингу. Середовище і види маркетингу.	2			2				4	
10	Тема 10. Маркетингові дослідження і їх напрямки	2			2				4	
11	Тема 11. Процес маркетингових досліджень	2			2				4	
12	Тема 12. Методи маркетингових досліджень. Сегментація туристичного ринку.	2			2				4	
Модуль 4. Елементи комплексу маркетингу										
13	Тема 13. Продуктова політика	2			2				4	
14	Тема 14. Розробка нового продукту і створення конкурентоспроможних послуг	2			2				4	
15	Тема 15. Життєвий цикл продукту	2			2				4	
16	Тема 16. Цінова політика.	2			2				4	

17	Тема 17. Методи ціноутворення і коригування цін.	2		2			4	
18	Тема 18. Політика розподілу.	2		2			4	
19	Тема 19. Формування системи розподілу.	2		2			4	
Модуль 5. Комунікаційна політика								
20	Тема 20. Поняття комунікаційної політики	2		2			4	
21	Тема 21. Процес формування комплексу просування	2		2			4	
22	Тема 22. Реклама як засіб просування	2		1			3	
23	Тема 23. Стимулювання збуту як засіб просування	2		2			4	
24	Тема 24. Інші засоби просування	2		1			3	
Всього за IV семестр		32		28			60	
Всього		62		58			120	

9. Теоретичне планування курсу

№ п/п	Назва тем курсу, лекційних занять та їх зміст	Час опрацювання (год)	Бібліографія
III семестр			
Модуль 1. Менеджмент готельно-ресторанного господарства (теоретичні засади)			
1	Тема 1. Менеджмент готельно-ресторанного господарства: сутність, основні підходи.	2	Л. 1-4
1.1	Лекція 1. Сутність і основні підходи в менеджменті. Суб'єкт та об'єкт управління, їх характеристика, взаємозв'язок і взаємодія. Формування і розвиток науки про управління: Зародження науки про управління, Еволюція наукових шкіл менеджменту. Принципи, рівні, цілі, завдання менеджменту.	2	Л. 1-4
2	Тема 2. Індустрія гостинності як об'єкт управління.	4	Л. 1-4
2.1	Лекція 2. Готельні заклади як об'єкт управління. Еволюція та сучасні тенденції індустрії гостинності. Характеристика і особливості готельних послуг. Типізація і класифікація закладів розміщення.	2	Л. 1-4
2.2	Лекція 3. Заклади харчування як об'єкт управління. Класифікація підприємств харчування. Економічна сутність і види діяльності підприємств харчування. Особливості та проблеми управління закладами готельно-ресторанного господарства.	2	Л. 1-4
3	Тема 3. Функції менеджменту в готельно-ресторанному бізнесі	4	Л. 1-4
3.1	Лекція 4. Поняття і класифікація функцій управління. Організація як функція менеджменту. Планування як функція менеджменту.	2	Л. 1-4
3.2	Лекція 5. Мотивація як функція менеджменту і її особливості в готельно-ресторанному бізнесі. Контроль як функція менеджменту і її особливості в готельно-ресторанному бізнесі.	2	Л. 1-4
4	Тема 4. Методи менеджменту в готельно-ресторанному	4	Л. 1-4

	господарстві		
4.1	Лекція 6. Поняття, сутність і класифікація методів менеджменту. Маркетинг як метод управління. Економічні методи управління в менеджменті.	2	Л. 1-4
4.2	Лекція 7. Адміністративні (організаційно-розпорядчі) методи менеджменту. Соціально-психологічні методи управління.	2	Л. 1-4
Модуль 2. Менеджмент готельно-ресторанного господарства (управлінські процеси на підприємствах)			
5	Тема 5. Організаційно-функціональна структура сучасних підприємств готельно-ресторанного господарства.	4	Л. 1-4
5.1	Лекція 8. Поняття та класифікація організаційних структур управління. Організаційні структури управління в готелях.	2	Л. 1-4
5.2	Лекція 9. Організаційні структури управління підприємств харчування.	2	Л. 1-4
6	Тема 6. Стиль керівництва й управлінські рішення на підприємствах готельно-ресторанного господарства.	4	Л. 1-4
6.1	Лекція 10. Управлінські рішення: сутність, класифікація. Розробка, реалізація та контроль реалізації управлінських рішень.	2	Л. 1-4
6.2	Лекція 11. Стиль керівництва: поняття, класифікація, характеристика.	2	Л. 1-4
7	Тема 7. Управління персоналом в закладах готельно-ресторанного господарства.	4	Л. 1-4
7.1	Лекція 12. Кадровий потенціал підприємств індустрії гостинності.	2	Л. 1-4
7.2	Лекція 13. Система управління персоналом підприємств готельно-ресторанного господарства.	2	Л. 1-4
8	Тема 8. Управління безпекою в готельно-ресторанному бізнесі.	4	Л. 1-4
8.1	Лекція 14. Розробка концепції безпеки готелю. Тактико-організаційні заходи гарантування безпеки. Комплекс технічних засобів безпеки.	2	Л. 1-4
8.2	Лекція 15. Застосування системи контролю доступу готелю як напрям удосконалення безпеки. Харчова безпека у закладах ресторанного господарства. Охорона праці в закладах громадського харчування.	2	Л. 1-4
IV семестр			
Модуль 3. Основні положення маркетингу.			
9	Тема 9. Основні поняття маркетингу. Середовище і види маркетингу.	2	Л. 5-9
9.1	Лекція 16. Суть і зміст маркетингу. Принципи маркетингу. Специфіка маркетингу в туризмі і готельно-ресторанному господарстві та їх характеристика. Комплекс маркетингу. Поняття середовища маркетингу в готельно-ресторанному господарстві. Концепції маркетингу та їх характеристика. Види маркетингу.	2	Л. 5-9
10	Тема 10. Маркетингові дослідження і їх напрямки.	2	Л. 5-9
10.1	Лекція 17. Поняття маркетингових досліджень. Мета і завдання маркетингових досліджень. Дослідження зовнішнього і внутрішнього маркетингового середовища.	2	Л. 5-9

11	Тема 11. Процес маркетингових досліджень.	2	Л. 5-9
11.1	Лекція 18. Етапи процесу маркетингових досліджень. Складання плану маркетингових досліджень. Первинна і вторинна інформація в маркетингових дослідженнях.	2	Л. 5-9
12	Тема 12. Методи маркетингових досліджень. Сегментація ринку.	2	Л. 5-9
12.1	Лекція 19. Класифікація методів маркетингових досліджень. Кабінетні і полові методи досліджень. Спеціальні і синдикативні дослідження. Специфіка використання різних методів досліджень. Процес сегментування ринку. Класифікація факторів сегментації. Вибір цільових сегментів ринку. Позиціонування туристичного продукту та готельно-ресторанних послуг.	2	Л. 5-9
Модуль 4. Елементи комплексу маркетингу.			
13	Тема 13. Продуктова політика.	2	Л. 5-9
13.1	Лекція 20. Поняття продукту. Основні види і класифікації товарів і послуг. Структура продуктової політики.	2	Л. 5-9
14	Тема 14. Розробка нового продукту і створення конкурентоспроможних послуг.	2	Л. 5-9
14.1	Лекція 21. Етапи розробки нового продукту. Перевірка нового продукту в реальних умовах. Критерії забезпечення якості конкурентоспроможних послуг.	2	Л. 5-9
15	Тема 15. Життєвий цикл продукту.	2	Л. 5-9
15.1	Лекція 22. Поняття і значення життєвого циклу продукту. Етапи життєвого циклу продукту. Маркетингові заходи на різних етапах життєвого циклу продукту.	2	Л. 5-9
16	Тема 16. Цінова політика.	2	Л. 5-9
16.1	Лекція 23. Поняття і значення цінової політики. Процес ціноутворення в готельно-ресторанному господарстві. Постановка цілей і завдань ціноутворення. Визначення попиту. Оцінка витрат. Аналіз цін і товарів конкурентів.	2	Л. 5-9
17	Тема 17. Методи ціноутворення і коригування цін.	2	Л. 5-9
17.1	Лекція 24. Вибір методу ціноутворення. Встановлення остаточної ціни. Коригування цін і фактори що їх визначають.	2	Л. 5-9
18	Тема 18. Політика розподілу.	2	Л. 5-9
18.1	Лекція 25. Сутність і значення політики розподілу. Основні поняття та функції системи розподілу. Канали розподілу в готельно-ресторанному господарстві, їх характеристика.	2	Л. 5-9
19	Тема 19. Формування системи розподілу.	2	Л. 5-9
19.1	Лекція 26. Процес формування системи розподілу. Вибір систем розподілу. Налагодження роботи з посередниками. Управління каналами розподілу.	2	Л. 5-9
Модуль 5. Комунікаційна політика.			
20	Тема 20. Поняття комунікаційної політики.	2	Л. 5-9
20.1	Лекція 27. Визначення і сутність комунікаційної політики. Завдання комунікаційної політики. Процес маркетингових комунікацій. Засоби просування.	2	Л. 5-9

21	Тема 21. Процес формування комплексу просування.	2	Л. 5-9
21.1	Лекція 28. Цілі просування в готельно-ресторанному господарстві. Фактори, що впливають на процес формування комплексу просування. Засоби просування.	2	Л. 5-9
22	Тема 22. Реклама як засіб просування.	2	Л. 5-9
22.1	Лекція 29. Поняття реклами. Принципи застосування реклами в готельно-ресторанному господарстві. Види реклами. Процес розробки реклами. Носії реклами.	2	Л. 5-9
23	Тема 23. Стимулювання збуту як засіб просування.	2	Л. 5-9
23.1	Лекція 30. Поняття стимулювання збуту. Мета і завдання стимулювання збуту. Засоби стимулювання збуту і їх характеристика.	2	Л. 5-9
24	Тема 24. Інші засоби просування.	2	Л. 5-9
24.1	Лекція 31. Персональний продаж. Паблік рилейшнз. Прямий маркетинг. Виставки та ярмарки. Брендинг. Спонсорство.	2	Л. 5-9

10. Планування самостійної роботи

№ п/п	Назва тем курсу, лекційних занять та їх зміст	Час опрацювання (год)	Бібліографія
III семестр			
Модуль 1. Менеджмент готельно-ресторанного господарства (теоретичні засади)			
1	Тема 1. Менеджмент готельно-ресторанного господарства: сутність, основні підходи.	2	Л. 1-4
2	Тема 2. Індустрія гостинності як об'єкт управління.	3	Л. 1-4
3	Тема 3. Функції менеджменту в готельно-ресторанному бізнесі	3	Л. 1-4
4	Тема 4. Методи менеджменту в готельно-ресторанному господарстві	3	Л. 1-4
Модуль 2. Менеджмент готельно-ресторанного господарства (управлінські процеси на підприємствах)			
5	Тема 5. Організаційно-функціональна структура сучасних підприємств готельно-ресторанного господарства.	3	Л. 1-4
6	Тема 6. Стиль керівництва й управлінські рішення на підприємствах готельно-ресторанного господарства.	4	Л. 1-4
7	Тема 7. Управління персоналом в закладах готельно-ресторанного господарства.	3	Л. 1-4
8	Тема 8. Управління безпекою в готельно-ресторанному бізнесі.	3	Л. 1-4
IV семестр			
Модуль 3. Основні положення маркетингу.			
9	Тема 9. Основні поняття маркетингу. Середовище і види маркетингу.	3	Л. 5-9
10	Тема 10. Маркетингові дослідження і їх напрямки.	2	Л. 5-9
11	Тема 11. Процес маркетингових досліджень.	2	Л. 5-9
12	Тема 12. Методи маркетингових досліджень. Сегментація ринку.	3	Л. 5-9
Модуль 4. Елементи комплексу маркетингу.			
13	Тема 13. Продуктова політика.	2	Л. 5-9

14	Тема 14. Розробка нового продукту і створення конкурентоспроможних послуг.	2	Л. 5-9
15	Тема 15. Життєвий цикл продукту.	2	Л. 5-9
16	Тема 16. Цінова політика.	2	Л. 5-9
17	Тема 17. Методи ціноутворення і коригування цін.	2	Л. 5-9
18	Тема 18. Політика розподілу.	2	Л. 5-9
19	Тема 19. Формування системи розподілу.	2	Л. 5-9
Модуль 5. Комунікаційна політика.			
20	Тема 20. Поняття комунікаційної політики.	2	Л. 5-9
21	Тема 21. Процес формування комплексу просування.	2	Л. 5-9
22	Тема 22. Реклама як засіб просування.	2	Л. 5-9
23	Тема 23. Стимулювання збуту як засіб просування.	2	Л. 5-9
24	Тема 24. Інші засоби просування.	2	Л. 5-9

11. Форми організації навчання

Основними формами організації навчання під час вивчення дисципліни є лекції, з використанням мультимедійних засобів навчання, практичні заняття, семінарські заняття, підготовка рефератів, доповідей на щорічні студентські конференції, консультації, самостійна робота здобувачів освіти.

Відповідно до вище зазначених форм організації навчання формами контролю засвоєння програми є: самоконтроль, написання контрольних робіт, реферату, виконання індивідуальних практичних завдань, екзамен за період вивчення дисципліни.

Методи навчання

Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності здобувачів освіти, які використовуються при вивченні дисципліни:

1. В аспекті передачі і сприйняття навчальної інформації: словесні (лекція); наочні (ілюстрація, демонстрація).
2. В аспекті логічності та мислення: пояснювально-ілюстративні (презентація); репродуктивні (короткі тестові контрольні).
3. В аспекті керування навчанням: навчальна робота під керівництвом викладача; самостійна робота під керівництвом викладача.
4. В аспекті діяльності в колективі: методи стимулювання (додаткові оцінки за реферати, статті, тези).

Засоби діагностування результатів навчання

Контрольні заходи, які проводяться в коледжі визначають відповідність рівня набутих здобувачами освіти знань, умінь та навичок вимогам нормативних документів щодо фахової передвищої освіти і забезпечують своєчасне коригування освітнього процесу.

Поточний контроль проводиться викладачами у ході аудиторних занять. Основне завдання поточного контролю – перевірка рівня підготовки здобувачів освіти за визначеною темою. Основна мета поточного контролю – забезпечення зворотного зв'язку між викладачами та здобувачами освіти, управління навчальною мотивацією здобувачів освіти. Інформація, одержана при поточному контролі, використовується як викладачем – для коригування методів і засобів навчання, - так і здобувачами освіти – для планування самостійної роботи. Особливим видом поточного контролю є підсумковий контроль за контрольними роботами, захист практичних робіт. Поточний контроль може проводитися у формі усного опитування, письмового експрес-контролю, виступів здобувачів освіти при обговоренні теоретичних питань, а також у формі тестування. Результати поточного контролю (поточна успішність) є основною інформацією для визначення підсумкової оцінки з дисципліни при рубіжному контролі за теми.

Семестровий контроль з дисципліни «Менеджмент та маркетинг готельно-ресторанної справи» проводиться в процесі освітнього процесу та в обсязі навчального матеріалу, визначеного робочою програмою дисципліни згідно з діючим Положенням про екзамен та заліки в ВСП «Любешівський ТФК ЛНТУ».

Форма проведення семестрового контролю є комбінованою (частково усна - при проведенні співбесіди, частково письмова - при відповідях на теоретичні питання та виконання розрахунків), зміст і структура екзаменаційних білетів (контрольних завдань), критерії оцінювання визначаються рішенням ЦМК у НМК дисципліни «Менеджмент та маркетинг готельно-ресторанної справи» й доводяться до відома здобувачів освіти.

Поточний контроль на лекції покликаний привчити здобувачів освіти до систематичного опрацювання пройденого матеріалу і підготовки до майбутньої лекції, встановити ступінь засвоєння теорії, виявити найбільш важкі для сприйняття здобувачами освіти розділи з наступним роз'ясненням їх.

Контроль у позааудиторний час

1. Перевірка конспектів лекцій і рекомендованої літератури.
2. Перевірка і оцінка рефератів по частині лекційного курсу, який самостійно пророблюється.

12. Критерії оцінки знань, умінь і навичок здобувачів освіти

Оцінка	Критерії оцінювання
«2»	З допомогою викладача відтворює на рівні розпізнання окремі елементи навчального матеріалу та виконує зі значними труднощами окремі елементи практичних завдань. Під час відповіді і при виконання практичних завдань припускається суттєвих помилок.
«3»	Без достатнього розуміння відтворює основний навчальний матеріал та виконує практичні завдання з епізодичною допомогою викладача. З помилками дає визначення основних понять. Може частково аналізувати навчальний матеріал, порівнювати і робити висновки. Користується окремими видами технічної і конструктивно-технологічної документації. При відповіді та виконання практичних завдань припускається помилок, які може частково виправити.
«4»	Володіє основним навчальним матеріалом в усній, письмовій і графічній формах та застосовує його при виконанні практичних завдань як в типових, так і в дещо ускладнених умовах. Дає визначення основних понять, аналізує, порівнює і систематизує інформацію та робить висновки. Його відповідь в цілому правильна, логічна і достатньо обґрунтована. Виконує практичні завдання за типовим алгоритмом з консультацією викладача. Усвідомлено користується довідковою інформацією. При відповіді та виконання практичних завдань припускається несуттєвих помилок, які може виправити.
«5»	Володіє системними знаннями навчального матеріалу та ефективно їх застосовує для виконання практичних завдань, що передбачені навчальною програмою. Відповідь студента повна, правильна, логічна, містить аналіз, систематизацію, узагальнення. Вміє самостійно знаходити і користуватися джерелами інформації, оцінювати отриману інформацію. Встановлює причинно-наслідкові та міжпредметні зв'язки. Робить аргументовані висновки. Бездоганно виконує практичні завдання як з використанням типового алгоритму, так і за самостійно розробленим алгоритмом.

13. Політика навчальної дисципліни

Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. Відпрацювання пропущених занять є обов'язковим незалежно від причини пропущеного заняття.

Під час роботи над індивідуальними завданнями та проектами не допустимо порушення академічної доброчесності. Презентації та виступи мають бути авторськими та оригінальними. Здобувачі освіти повинні дотримуватись Положення про академічну доброчесність у Відокремленому структурному підрозділі «Любешівський ТФК ЛНТУ»

<http://www.ltklntu.org.ua/%d0%b0%d0%ba%d0%b0%d0%b4%d0%b5%d0%bc%d1%96%d1%87%d0%bd%d0%b0-%d0%b4%d0%be%d0%b1%d1%80%d0%be%d1%87%d0%b5%d1%81%d0%bd%d1%96%d1%81%d1%82%d1%8c/>.

Для забезпечення дистанційного навчання здобувачів освіти викладач може створювати власні веб-ресурси або використовувати інші веб-ресурси та цифрові інструменти Google на свій вибір, Крім того, підсумковий семестровий контроль здобувачів освіти також може здійснюватися з використанням технологій дистанційного навчання; з метою контролю виконання завдань, які виносяться на екзамен в дистанційній формі викладач має право протягом усього заходу користуватись засобами інформаційно- комунікаційного зв'язку, які дозволяють ідентифікувати здобувача освіти (Zoom, GoogleMeet, Viber тощо.)

14. Рекомендована література

1. Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: Навч. посіб. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 348 с.
2. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту: Навч. посіб. – К.: Кондор, 2005. – 408 с.
3. Андренко І. Б. Менеджмент готельно-ресторанного господарства: підручник / І. Б. Андренко, О. М. Кравець, І. М. Писаревський ; Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Х. : ХНУМГ, 2014. 431 с.
4. Мальська М.П. Маркетинг у туризмі: підручник / М.П. Мальська, Н.Л. Мандюк – К.: ЦУЛ, 2016. – 366 с.
5. Ткаченко Л.В. Маркетинг послуг: Підручник. - Київ: Центр навчальної літератури, 2003. - 192 с.
6. Мальська М.П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія та практика. Підручник. 2- вид. перероб. та доп. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 472 с.
7. Маркетинг: Навчальний посібник / С. І. Чеботар, Я. С. Ларіна, О. П. Луцій, М. Г. Шевчик, Р. І. Буряк, С. М. Боняр, А. В. Рябчик, О. М. Прус, В. А. Рафальська - Київ «Наш час» , 2007.- 504 с.