



ГАЛИЦЬКИЙ КОЛЕДЖ
ІМЕНІ В'ЯЧЕСЛАВА ЧОРНОВОЛА

СИЛАБУС КУРСУ
«МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО
ГОСПОДАРСТВА»

2019/2020 н.р.

Ступінь вищої освіти - бакалавр
Освітньо-професійна програма «Готельно-ресторанна справа»
Галузь знань: 24 Сфера обслуговування
Спеціальність: 241 Готельно-ресторанна справа
Компонент освітньої програми – нормативна дисципліна

Рік підготовки - 4(2)рік, семестр – VII- VIII
Кількість кредитів: 9,5 Мова викладання: українська

Дні занять: **Понеділок, 08.30-09.50, ауд. 3а;**
Четвер, 10.00 – 11.20, ауд. 3а (I семестр)

Понеділок, 08.30-09.50, ауд. 3а;
Четвер, 08.30-09.50, 3а (II семестр)

Консультації: **Понеділок, 15. 00 – 16.20, ауд. 3а (I семестр)**
Понеділок, 13. 30 – 14.50, ауд. 3а (II семестр)

Керівник курсу - Кулик Андрій Михайлович, кандидат економічних наук, в.о.завідувача кафедри готельно-ресторанної справи

Контактна інформація – kulykand@gmail.com

АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна «*Менеджмент та маркетинг готельно-ресторанного господарства*» спрямована на формування у студентів знань і навичок щодо організації управління як на рівні окремого підрозділу закладу готельно-ресторанного господарства, так і підприємства в цілому.

Основними завданнями вивчення дисципліни є оволодіння професійними знаннями та навичками ефективного використання підходів і методів управління у сфері організаційно-управлінської, інформаційно-аналітичної та підприємницької діяльності закладів готельно-ресторанного господарства.

СТРУКТУРА КУРСУ ТА ЗАВДАННЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

| Кількість годин (аудит./самоств.) | Тема | Результати навчання | Форми контролю |
|-----------------------------------|--|---|--------------------------------------|
| 32/41 | Змістовий модуль I. Основні засади менеджменту підприємств у галузі | | |
| 4/7 | Тема 1.1. Менеджмент готельно-ресторанного господарства: сутність, основні підходи | Знати економічну термінологію, вміти пояснювати функції менеджменту сфери послуг, аналізувати позитивні та негативні фактори впливу на розвиток готельно-ресторанного господарства. | Питання, ситуації для аналізу, тести |
| 8/6 | Тема 1.2. Процес і методи управління підприємством галузі | Знати сутність та класифікацію методів менеджменту, їх зміст і зв'язок з функціями управління підприємствами готельно-ресторанного господарства. | Питання, практичні завдання |
| 4/6 | Тема 1.3. Управлінські рішення в менеджменті | Сутність управлінських рішень, їх значення для ефективності роботи готельно-ресторанних підприємств. Класифікація управлінських рішень, вимоги до них. Технологія підготовки та прийняття управлінських рішень. Етапи прийняття управлінських рішень. | Захист міні-проектів, питання |

| | | | |
|--------------|--|---|--|
| 4/8 | Тема 1.4. Індустрія гостинності як об'єкт управління | Знати функції ринку послуг, аналізувати відмінність ринку послуг від ринку виробництва. | Питання, практичні завдання |
| 4/8 | Тема 1.5. Планування в організації | Поняття "планування". Його місце серед функцій управління. Методи розробки планів. Планування розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства. | Питання, практичні завдання |
| 8/6 | Тема 1.6. Організація як об'єкт управління і функція менеджменту | Організація як об'єкт управління. Сутність організації. Формальні й неформальні організації. Види організацій. Характеристики організацій. Внутрішні складові організації та їх взаємозв'язок. Моделі організацій як об'єктів управління. | Питання, тести, модульний контроль |
| 32/26 | Змістовий модуль 2. Система функціонального менеджменту на підприємствах галузі | | |
| 8/6 | Тема 2.1. Мотивація як функція менеджменту в готельно-ресторанному господарстві | Мотивація в готельно-ресторанному господарстві. Знати теорії мотивації персоналу. Менеджмент мотивації підприємств готельно-ресторанного господарства. Методи й інструменти мотивації персоналу. | Питання, практичні завдання/задачі |
| 8/6 | Тема 2.2. Контроль як функція менеджменту | Знати трактування понять видів та джерел функцій контролю у готельно-ресторанному бізнесі. Зміст, види, принципи та процес здійснення контролю на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу. Управлінські повноваження та їх види. | Питання, практичні завдання/задачі |
| 8/6 | Тема 2.3. Управління збутовою політикою підприємства галузі | Знати мету та ознаки і етапи планування збутової політики готелю. Функції і види каналів збуту готельних послуг. Особливості продажу готельного продукту організованим споживачам і посередникам на готельно-туристському ринку. Застосування системи контролю доступу готелю до ринку послуг | Питання, практичні завдання/задачі |
| 8/8 | Тема 2.4. Управління персоналом підприємств галузі | Знати визначення понять теми, ефективна кадрова політика: принципи побудовання, цілі та завдання. Система управління трудовими ресурсами. Управління плануванням, найманням та звільненням персоналу. Розвиток кадрового потенціалу. Ефективність управління персоналом. | Реферати-повідомлення, питання, тести, задачі, модульний контроль |
| 40/32 | Змістовий модуль 3. Основи маркетингу в готельно-ресторанному господарстві | | |
| 8/8 | Тема 3.1. Поняття, сутність та зміст маркетингу в готельно-ресторанному господарстві | Знати сучасні теорії маркетингу, принципи маркетингу. Цілі маркетингу. Класифікація цілей готельно-ресторанного маркетингу. Функції готельно-ресторанного маркетингу. | Питання, практичні завдання/задачі |
| 8/6 | Тема 3.2. Комплекс маркетингу послуг готельного і ресторанного господарства | Знати види послуг за основними класифікаційними ознаками, аналізувати життєвий цикл послуги на ринку. Знати та ідентифікувати види послуг, вміти аналізувати на конкретних прикладах види послуг за функціональними ознаками. | Реферати-повідомлення, питання, практичні завдання/задачі |
| 8/6 | Тема 3.3. Маркетингові дослідження підприємств галузі | Знати визначення понять, види та джерела формування доходу, прибутку, рентабельності, аналізувати та оцінювати фінансовий стан підприємства, обґрунтувати шляхи його покращення. | Питання, практичні завдання/задачі |
| 8/6 | Тема 3.4. Сегментація ринку готельних та рестораних послуг | Знати основні характеристики процесів, головна мета сегментації. Сегмент ринку готельних та рестораних послуг. Цільовий сегмент. Сегментація ринку за критеріями й ознаками. | Реферати-повідомлення, питання |
| 8/6 | Тема 3.5. Поведінка споживачів на ринку готельного та ресторанного господарства | Знати характеристики споживання продукту. Споживач продукту. Процес поведінки споживача. Чинники впливу на поведінку споживача при купівлі. Правильне розуміння поведінки споживачів. | Захист міні-проектів, питання, тести, модульний контроль |

| 44/38 | Змістовий модуль 4. Функції та технології маркетингу на підприємствах галузі | | |
|-------|---|--|--|
| 8/6 | Тема 4.1. Розробка та управління продуктом готельно-ресторанного господарства | Знати трактування понять теми, оперувати методикою оцінки якості й конкурентоспроможності продукції, основними механізмами управління якістю, обґрунтувати шляхи підвищення конкурентоспроможності | Питання, практичні завдання/задачі |
| 4/8 | Тема 4.2. Маркетингова цінова політика підприємств галузі | Знати термінологічне значення понять, види витрат, цін, методи ціноутворення, оперувати методикою визначення собівартості, ціни, вміти скласти калькуляцію витрат та кошторис діяльності підприємства. | Питання, практичні завдання/задачі |
| 8/6 | Тема 4.3. Маркетингова збутова політика | Знати термінологічне значення понять, види витрат, цін, методи ціноутворення, Поняття, цілі збутової політики та її місце в системі маркетингу готелів і ресторанів. Особливості формування збутової політики закладів індустрії гостинності, фактори, що впливають на її ефективність. Вибір каналів збуту, їх функції, характеристики. | Питання, практичні завдання/задачі |
| 8/6 | Тема 4.4. Внутрішній маркетинг на підприємствах галузі | Знати систему контролю маркетингової діяльності закладів готельного і ресторанного господарства. | Питання, практичні завдання/задачі |
| 8/6 | Тема 4.5. Організація і контроль маркетингу | Знати програму маркетингу. Бюджет маркетингу. Організація маркетингової діяльності у закладі готельно-ресторанного господарства. Організаційні структури служби маркетингу. Маркетинг взаємовідносин. Основні функції та завдання служби маркетингу | Реферати-повідомлення, питання |
| 8/6 | Тема 4.6. Маркетингова комунікаційна політика | Знати сутність маркетингової політики комунікацій та її роль у маркетинговій політиці готелів і ресторанів. Комплекс маркетингових комунікацій. Визначення цільових аудиторій та мети комунікацій. | Захист міні-проектів, питання, тести, модульний контроль |

ПОЛІТИКА ПРОВЕДЕННЯ АУДИТОРНИХ ЗАНЯТЬ

Для якісного засвоєння курсу необхідна систематична та усвідомлена робота студентів в усіх видах навчальної діяльності: лекції, семінарські та практичні заняття, консультації, самостійна робота як індивідуальна, так і під керівництвом викладача.

При проведенні аудиторних занять домінуючими є проблемні, індивідуально-диференційовані, особистісно-орієнтовані форми проведення занять та технології компетентнісного навчання.

При проведенні практичних занять використовуються активні форми їх проведення: евристичні бесіди, дискусії, ділові ігри, ситуативні кейси, розв'язування практичних задач.

На лекціях у формі активної бесіди з елементами дискусії розглядаються основні теоретичні положення теми, які вимагають роз'яснення та уточнення з боку викладача. На лекціях вимагається активна участь студентів у обговоренні ключових положень теми, ведення стислого конспекту лекції.

Теоретичні знання, отримані студентами під час лекцій, обговорюються більш детально на практичних (семінарських) заняттях у формі міні-дискусій, представлення міні-проектів, заслуховування та аналізу тематичних доповідей та рефератів, а також шляхом розв'язування практичних задач.

В процесі практичного (семінарського) заняття студенти вчаться формулювати свою точку зору, логічно викладати матеріал, підбирати докази у підтвердження своїх думок, вчаться публічно виступати, володіти і правильно застосовувати розрахункові формули для розв'язування практичних задач.

Питання для обговорення, практичні та індивідуальні завдання для підготовки до

семінарських та практичних занять, конкретні вимоги до окремих тем занять подані у відповідних методичних вказівках, які розміщені у електронному форматі за адресою <http://moodle.gi.edu.ua/course/view.php?id=495>.

ВИМОГИ ДО САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

Основним завданням самостійної роботи студентів є набуття навичок самостійного опрацювання фахових інформаційних джерел та оволодіння практичними навичками застосування методів та прийомів економіки у сфері готельно-ресторанного обслуговування.

Самостійна робота студентів організовується шляхом видачі індивідуального переліку питань і практичних завдань з кожної теми, які не виносяться на аудиторне опрацювання. Крім того, по деяких темах передбачається написання рефератів, міні-проектів. Обсяг самостійної роботи визначається кількістю годин, передбачених робочою програмою.

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ ТА АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою відповідно до **Положення про оцінювання навчальних досягнень студентів за кредитно-модульною системою.**

Оцінювання знань студентів з навчальної дисципліни здійснюється шляхом проведення контрольних заходів, які включають:

- поточний контроль,*
- модульний контроль,*
- виконання індивідуального навчально-дослідного завдання,*
- підсумковий контроль у формі екзамену.*

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних і семінарських занять і має на меті перевірку знань студентів з окремих тем та рівня їх підготовленості до виконання конкретної роботи.

Ключовими формами та методами демонстрації студентами результатів навчання при поточному контролі є:

- робота в малих групах спільне опрацювання групою студентів окремих проблемних питань з наступною демонстрацією результатів та засвоєння навчального матеріалу;
- презентація - виступи перед аудиторією для висвітлення окремих питань, індивідуальних завдань, реферативних досліджень, захист міні-проектів тощо;
- дискусія - обґрунтування власної позиції у вирішенні проблемних питань;
- кейс-метод - аналіз конкретних ситуацій, що дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності.

Модульний контроль проводиться з метою оцінки результатів навчання після закінчення логічно завершеної частини лекційних та практично-семінарських занять з певного змістового модуля.

Основною формою модульного контролю є завдання, які включають як і перевірку теоретичних положень курсу, так і розв'язування практичних завдань.

Індивідуальне навчально-дослідне завдання (ІНДЗ) студенти виконують самостійно під керівництвом викладача. Як правило, індивідуальні завдання виконуються окремо кожним студентом.

ІНДЗ є видом поза аудиторної індивідуальної роботи студента навчального, навчально-дослідницького характеру, яке використовується в процесі вивчення програмного матеріалу навчальної дисципліни і завершується оцінюванням. Це завершена теоретична або практична робота в межах навчальної програми курсу, яка виконується на основі знань, вмінь і навичок, отриманих у процесі лекційних, семінарських занять, охоплює тему, декілька тем або зміст навчальної дисципліни в цілому.

Підсумковий контроль зазвичай проводиться у формі усного екзамену, який передбачає

перевірку розуміння студентом теоретичного та практичного програмного матеріалу в цілому, здатності комплексно, творчо використовувати накопичені знання та уміння, формувати власне ставлення до певної проблеми, обґрунтовувати свою фахову позицію, розв'язувати практичні задачі тощо.

ТАБЛИЦЯ розподілу балів за підсумковими контрольними заходами та відповідними ваговими коефіцієнтами

| 7 семестр | Модуль 1 (поточне опитування) | Модуль 2 (підс. мод. контроль) | Модуль 3 (ІНДЗ) | Підсумкова оцінка |
|---------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|--------------------|-------------------|
| Вагові коефіцієнти, % | 70 | 20 | 10 | 100 |
| Розрахунок оцінки в балах | 80 | 85 | 90 | 82 |

Приклад розрахунку підсумкової оцінки в балах:

$$O = 80 \cdot 0,7 + 85 \cdot 0,2 + 90 \cdot 0,1 + 80 \cdot 0,3 = 82$$

| 8 семестр | Модуль 1 (поточне опитування) | Модуль 2 (підс. мод. контроль) | Модуль 3 (ІНДЗ) | Модуль 4 (підсумковий контроль) | Підсумкова оцінка |
|---------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|--------------------|------------------------------------|-------------------|
| Вагові коефіцієнти, % | 40 | 20 | 10 | 30 | 100 |
| Розрахунок оцінки в балах | 80 | 85 | 90 | 80 | 82 |

Студенти як відповідальні учасники освітнього процесу дотримуються норм **академічної доброчесності**, усвідомлюють наслідки її порушення, що визначаються **Положенням про академічну доброчесність у Галицькому коледжі імені В'ячеслава Чорновола**.

Письмові роботи, презентації перевіряються на наявність плагиату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 25%.

Списування під час контрольних заходів та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів).

ПОЛІТИКА ЩОДО ВІДВІДУВАННЯ, ДЕДЛАЙНІВ ТА ПЕРЕСКЛАДАННЯ

Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, відрядження, участь у науково-дослідницьких заходах, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу. Пропущені заняття та незадовільні оцінки (поточний контроль, ПМК) повинні бути відпрацьовані згідно графіку консультацій викладача.

ІНДЗ, ПМК, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (до 10 балів).

До початку сесії студенти повинні виконати усі підсумкові контрольні заходи і отримати по кожному з Модулів 1, 2, 3 не менше 60 балів.

Студент має право оскаржити оцінку, отриману за результатами підсумкового семестрового контролю у формі іспиту (крім незадовільної оцінки). Такі випадки регулюються **Положенням про апеляцію результатів підсумкового контролю знань студентів**. Перескладання незадовільних оцінок здійснюється відповідно до **Положення про порядок ліквідації академічних заборгованостей**.

ЛІТЕРАТУРНІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ДЖЕРЕЛА КУРСУ

1. Басюк Т.П., Керанчук Т.Л. Економіка готельно-ресторанного бізнесу: навч. посіб. Київ: НУХТ, 2018. 282 с.
2. Ковешніков В.С., Мальська М.П., Роглев Х.Й. Організація готельно-ресторанної справи: навч. посіб. Київ: Кондор, 2015. 752 с.
3. Мальська М.П. Готельний бізнес: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 472 с.
4. Моргулець О.Б. Менеджмент у сфері послуг: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 384 с.
5. Біловодська О. А. Маркетинговий менеджмент : навч. посібн. / Біловодська О. А. – К. : Знання, 2010. 332 с.

6. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: Экспресс-курс / Котлер Ф. ; пер. с англ. под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб. : Питер, 2003. 496 с.
7. Маркетинг : підручник / А. О. Старостіна, Н. П. Гончарова, Є. В. Крикавський та ін. ; за ред. А. О. Старостіної. – К. : Знання, 2009. 1070 с.
8. Кузьмін О.Є. Менеджмент: графічна і таблична візуалізація: навч. посіб. / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник, І.С. Процик, С.Б.
9. Романишин, Р.З. Дарміць. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. 196 с.
10. Кузьмін О.Є. Менеджмент (за допомогою графічно-логічних засобів): навч. посіб. / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник, І.С. Процик, С.Б.
11. Романишин, Р.З. Дарміць. – Серія «Дистанційне навчання». – №64. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. 196 с.
12. Назарчук Т.В. Менеджмент організацій: навч. посіб. / Т.В. Назарчук, О.М. Косіюк – К.: «Центр учбової літератури», 2015. 560 с.
13. Осовська Г.В. Менеджмент: підручник / Г.В. Осовська, О.А. Осовський – вид. 4-е, перероблене і доповнене. - К.: Кондор-Видавництво, 2015. 563 с.

!!! Навчальні посібники, виділені кольором, наявні у бібліотеці коледжу

СХЕМА ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

7 СЕМЕСТР

| | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|
| | 1 т и ж д е н ь | 2 т и ж д е н ь | 3 т и ж д е н ь | 4 т и ж д е н ь | 5 т и ж д е н ь | 6 т и ж д е н ь | 7 т и ж д е н ь | 8 т и ж д е н ь | 9 т и ж д е н ь | 10 т и ж д е н ь | 11 т и ж д е н ь | 12 т и ж д е н ь | 13 т и ж д е н ь | 14 т и ж д е н ь | 15 т и ж д е н ь | 16 т и ж д е н ь |
| Лекції | Л | Л | Л | Л | Л | Л | Л | Л | Л | Л | Л | Л | Л | Л | Л | |
| Практичні | | С | С | С | С | С | С | С | С | С | С | С | С | С | С | С |
| Контроль знань | | ПО | ПО | ПО | ПО | ПО | МК1 | ПО | ПО | ПО | ПО | ПО | ПО | ІНДЗ | ПО | МК2 |

8 СЕМЕСТР

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| | 1 ти ж де нь | 2 ти ж де нь | 3 ти ж де нь | 4 ти ж де нь | 5 ти ж де нь | 6 ти ж де е нь | 7 ти ж де нь | 8 ти ж де нь | 9 ти ж де нь | 10 ти ж де нь | 11 ти ж де нь | 12 ти ж де нь | 13 ти ж де нь | 14 ти ж де нь | 15 ти ж де нь |
| Лекції | Л | Л | Л | Л | Л | Л | Л | Л | Л | Л | Л | Л | Л | Л | |
| Практичні | | С | С | С | С | С | С | С | С | С | С | С | С | С | |
| Контроль знань | | ПО | ПО | ПО | ПО | МК3 | ПО | ПО | ПО | ПО | ПО | ПО | ІНДЗ | МК 4 ПК | |

Л1 – лекційне заняття по темі 1

С1 – семінарсько-практичне заняття по темі 1

ПО – поточне опитування

ІНДЗ – індивідуальне навчально-дослідне завдання

МК – модульний контроль

ПК – підсумковий контроль (іспит)