МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО

Факультет економіки та бізнесу

Кафедра маркетингу

ПОГОДЖЕНО
Гарант ОПП
д.т.н., професор_____Олеся ПРІСС
«_____»_____ 2020 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО
Зав. кафедри маркетингу
д.е.н., професор_____Дар'я. ЛЕГЕЗА
«_____»_____2020 р.

ПРОГРАМА НАВЧАННЯ ЗДОБУВАЧІВ ВО - СИЛАБУС

з дисципліни ***«Маркетинг та логістика у готельно-ресторанній справі» (обов'язкова)***
(найменування та статус компоненти: обов'язкова або за вибором студента
для спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» за ОПП «Готельно-ресторанна справа»
(шифр, найменування спеціальності, освітньої програми)
форма навчання *денна*
(денна, заочна)
Кількість кредитів 3 кредити
Курс 3
Семестр 5
Змістовних модулів (підсумкових модульних контролів) – 2
СРС 64 години
Форма контролю екзамен
(екзамен або диференційований залік)
Загальна кількість годин 90 годин

2020 – 2021 н.р.

«МАРКЕТИНГ ТА ЛОГІСТИКАУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ СПРАВІ». Силабус для здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр» факультету економіки та бізнесу, спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» -Мелітополь.: ТДАТУ, 2020. – 7с.

Силабус складений на підставі «Положення про програму навчання здобувачів вищої освіти – силабус» Мелітополь: ТДАТУ, 2019. – 16с.

Розробник (и): Шквиря Н.О., к.е.н., доцент

Рецензент: Кучеркова С.О., к.е.н., доцент

Силабус затверджений на засіданні кафедри маркетингу
Протокол № *1* від «*31*» *серпня* 2020 року
Завідувач кафедри «Маркетинг»,
д.е.н., професор _____ Дар'я ЛЕГЕЗА

Схвалено методичною комісією факультету агротехнологій та екології зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» ступеня вищої освіти «Бакалавр»
Протокол № 1 від « 31 » 08 2020 року
Голова, доц. _____ Олена ГРИГОРЕНКО

© ТДАТУ, 2020

1. Анотація курсу та Веб-сайт його розміщення

Курс спрямования на формування у здобувачів системи теоретичних знань щодо планування маркетингу і логістичної діяльності, сучасних концепцій їх розвитку, методичних та організаційних засад.

Веб-сайт курсу	http://nip.tsatu.edu.ua/course/view.php?id=6680 (доступ через особистий логін і пароль для освітнього порталу ТДАТУ)

2. Мета викладання дисципліни

Формування системи теоретичних знань з маркетингу та логістики і практичних навичок та вмінь ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємства та матеріальними потоками в сучасних умовах.

3. Завдання вивчення дисципліни

- ✓ вивчення теоретичних понять категорій маркетингу та сучасних тенденцій у цій галузі знань; опанування методологічного апарату організації маркетингової діяльності на підприємствах;
- ✓ набуття здатностей до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової діяльності; набуття студентами теоретичних знань з питань концепції, стратегії й тактики логістики та принципів і закономірностей створення й руху матеріальних потоків;
- ✓ опанування студентами методичним інструментарієм розроблення та реалізації завдань логістики;
- ✓ розроблення пропозицій щодо формування та удосконалення логістичних систем і механізмів їх функціонування; набуття навичок оцінки економічної ефективності та наслідків здійснення логістичних рішень.

4. Результати навчання – компетентності (з урахуванням soft skills)

Програмні результати, досягнення яких забезпечує навчальна дисципліна:

знання	з теоретико-практичних засад формування маркетингової товарної, цінової, комунікаційної та збутової політики; з ефективного управління системами логістичного забезпечення бізнесу, з керування матеріальними та супутніми потоками підприємств різних сфер та галузей на основі сучасних логістичних концепцій.
уміння	- аналізувати сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності та рекреаційного господарства (РН4); - організовувати процес обслуговування споживачів готельних та ресторанних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки (РН7); - розробляти нові послуги (продукцію), використовуючи сучасні технології виробництва і обслуговування споживачів (РН10); - здійснювати ефективний контроль якості продуктів та послуг закладів готельного і ресторанного господарства (РН12); - розуміти економічні процеси та здійснювати планування, управління і контроль діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу (РН15); - презентувати власні проекти і розробки, аргументувати свої пропозиції щодо розвитку бізнесу (РН18).
комунікація	донесення до фахівців і нефахівців інформації про місце і значення маркетингу і логістики для досягнення цілей діяльності підприємства
soft skills	навички командної роботи та розробки колективного рішення. Розвиток креативного мислення при вирішенні поставлених завдань. Навички толерантного ставлення до іншої думки при вирішенні завдання. Здатність до критики та самокритики. Розвиток базових навичок креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні.

Після успішного проходження курсу здобувач вищої освіти володітиме наступними компетенціями:

ІК. Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у процесі навчання і в господарській діяльності суб'єктів готельного ресторанного бізнесу, що передбачає застосування певних теорій та методів відповідної науки і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

ЗК 3. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК 4. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК 5. Здатність працювати в команді.

ЗК 9. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 10. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ФК 5. Здатність управляти підприємством, приймати рішення у господарській діяльності суб'єктов готельного та ресторанного бізнесу.
ФК 7. Здатність розробляти нові послуги (продукцію) з використанням інноваційних технологій виробництва і обслуговування споживачів.
ФК 8. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання готельних та ресторанних послуг для різних сегментів споживачів.
ФК 11. Здатність виявляти, визначати й оцінювати ознаки, властивості і показники якості продукції та послуг, що впливають на рівень забезпечення вимог споживачів у сфері гостинності
ФК 12. Здатність ініціювати концепцію розвитку бізнесу, формулювати бізнес-ідею розвиту суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.
ФК 13. Здатність здійснювати планування, управління і контроль діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

5. Пререквізити

Дисципліни, що передують вивченню даної дисципліни	Кон'юнктура галузевого ринку, поведінка споживачів послуг гостинності, інформаційні системи і технології в готельному та ресторанному бізнесі, ресторанна справа, менеджмент готельно-ресторанного господарства.

6. Постреквізити

Дисципліни, які спираються на вивчення даної дисципліни	Економіка галузі, управління якістю продукції та послуг в готельно-ресторанному господарстві, бізнес-планування готельних та ресторанних послуг, проектування готелів та ресторанів.

7. Інформація про викладача

Викладач (-і)	Шквиря Наталя Олександрівна, к.е.н., доц.кафедри маркетингу; http://feb.tsatu.edu.ua/teacher/shkvirya-nataliya-oleksandrivna/
E-mail викладача	natalia.shkvyria@tsatu.edu.ua

8. Структура курсу

Номер тижня	Вид занять	Тема заняття або завдання на самостійну роботу	Кількість годин				Балів
			лк	лаб.	пр.	СРС	
Змістовий модуль 1. «*Сучасна концепція маркетингу у готельно-ресторанному бізнесі*»							
1	Практичне заняття № 1	Основні показники маркетингової діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу	-	2	-	-	3
	Самостійна робота	Маркетингове середовище підприємств готельно-ресторанного бізнесу	-	-	-	5	2
2	Лекція 1	Сутність та класифікація маркетингу у готельно-ресторанній справі	2	-	-	-	-
	Практичне заняття № 2	Маркетингові дослідження з використанням анкети	-	2	-	-	3
	Самостійна робота	Основні елементи комплексу маркетингу	-	-	-	4	2
3	Практичне заняття № 3	Аналіз товарної політики підприємства та оцінка його конкурентоспроможності	-	2	-	-	2
	Самостійна робота	Маркетингова інформація та її класифікація	-	-	-	5	1
4	Лекція 2	Основні складові маркетингової діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу	2	-	-	-	-
	Практичне заняття № 4	Методи визначення базової ціни в рамках цінової політики підприємства	-	2	-	-	2
	Самостійна	Особливості ринку з позицій	-	-	-	5	2

	робота	маркетингу. Комплексне вивчення (аналіз, дослідження) ринку					
5	Практичне заняття № 5	Вибір каналів збуту продукції підприємства та оцінка їх ефективності	-	2	-		3
	Самостійна робота	Концепція життєвого циклу послуг готельно-ресторанного бізнесу	-	-	-	5	2
6	Лекція 3	Сутність та класифікація маркетингових стратегії підприємств готельно-ресторанного бізнесу	2	-	-	-	-
	Практичне заняття № 6	Планування та оцінка ефективності рекламної кампанії	-	2	-	-	2
	Самостійна робота	Організація маркетингової діяльності на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу та її принципи	-	-	-	5	1
7,8	Самостійна робота	Підготовка до написання ПМК І	-	-	-	5	-
	ПМК І	Підсумковий контроль за змістовий модуль І	-	-	-	-	10
Всього за змістовий модуль 1 – 52год.			**6**	**12**	**-**	**34**	**35**
Змістовий модуль 2 «*Концептуальні засади логістики в готельно-ресторанному бізнесі*»							
9	Практичне заняття № 7	Визначення виробничої логістичної стратегії підприємств готельно-ресторанного бізнесу	-	2	-	-	5
	Самостійна робота	Управління матеріальними потоками в логістичних системах	-	-	-	8	4
10	Лекція 4	Логістика як інструмент ринкової економіки	2	-	-	-	-
	Практичне заняття № 8	ABC та XYZ аналіз	-	2	-	-	5
	Самостійна робота	Сутність і завдання заготівельної логістики	-	-	-	7	3
13	Практичне заняття № 9	Аналіз постачальників сировини для виробництва продукції підприємств готельно-ресторанного бізнесу	-	2	-	-	5
	Самостійна робота	Сутність і завдання транспортної та розподільчої логістики	-	-	-	7	3
14,15	Самостійна робота	Підготовка до написання ПМК ІІ	-	-	-	8	-
	ПМК ІІ	Підсумковий контроль за змістовий модуль ІІ	-	-	-	-	10
Всього за змістовий модуль 2 – 38 год.			**2**	**6**	**-**	**30**	**35**
Екзамен							**30**
Всього з навчальної дисципліни – 90 год.							**100**

9. Методи та форми навчання

Форми навчання:

- ✓ за рівнем взаємодії здобувача вищої освіти з викладачем: індивідуальне, групове, колективне;
- ✓ за місцем проведення занять: аудиторне, поза аудиторне.

Методи навчання:

За організацією пізнавальної діяльності: словесні (лекції, дискусії), наочні (презентації), практичні (вправи, виконання розрахункових завдань);

За видами занять: лекції (лекція-візуалізація, лекція-бесіда); практичні заняття (індивідуальні та групові вправи, тематична дискусія, робота в малих групах);

За мотивацією навчально-пізнавальної діяльності (ситуація звернення до життєвого досвіду студентів, заохочення);
За контролем ефективності навчально-пізнавальної діяльності (самоконтроль через виконання тестів на навчально-інформаційному порталі, індивідуальне опитування, фронтальне опитування, ПМК);
За формою стимулювання пошукової та дослідницької діяльності (тематичні дискусії, завдання щодо використання мережі Інтернет, публічні промови і презентації, групові та/або індивідуальні проекти, моделі різних форматів професійних ситуацій).

10. Політика курсу

Відвідування занять є важливою складовою навчання. За пропуски занять без поважної причини здобувач вищої освіти буде не атестований з даної дисципліни. Усі пропущені заняття мають бути відпрацьовані.
Дозволяється вільне відвідування лекцій здобувачам за індивідуальним графіком навчання.
Якщо здобувач вищої освіти відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.
Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.
Під час виконання письмових тестових завдань недопустимо порушення академічної доброчесності.
Презентації та виступи мають бути авторськими (оригінальними).
Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників навчального процесу, дотримуватися дисципліни, дбайливо ставитись до обладнання та книжкового фонду ТДАТУ, виконувати графік навчального процесу

11.Форма контролю знань

Щотижнево – бали за роботу на практичних заняттях; в межах кожної теми – бали за самостійну роботу; по завершенню змістовного модуля – бали за ПМК; по завершенню семестру – підсумкові бали, у вигляді іспиту. Результати поточного та підсумково-модульного контролю формують узагальнену оцінку в балах за накопичувальним принципом

12. Шкала оцінювання

Оцінювання знань здобувачів вищої освіти здійснюється відповідно до «Положення про оцінювання знань студентів ТДАТУ» за 100-бальною шкалою

Критерії оцінювання

Практичні заняття	Частка вірно виконаних завдань
Самостійна робота (СРС)	Студент опрацьовує питання, що призначені для самостійного вивчення і для контролю проходить тестування на НІП ТДАТУ (дві спроби – середній результат)
Підсумково-модульний контроль (ПМК І,ІІ)	Відбувається у вигляді тестових завдань та письмових робіт в кінці вивчення змістовних модулів. Підчас модульного контролю оцінюються такі компоненти: ✓ Повнота розкриття питання (вірні відповіді) ✓ Якість інформації ✓ Самостійність.

13. Рекомендована література та інформаційні ресурси

Рекомендована література

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник. К.: Лібра, 2012. 712 с.
2. Маркетинг: підручник / За ред А.Ф. Павленка. К. : КНЕУ, 2008.600 с.
3. Окландер М.А. Логістика: підручник. К. : Центр учбової літератури, 2008. - 346 с.
4. Пономарьова Ю.В. Логістика: Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2013. 192 с

Інформаційні ресурси

1. Методичний кабінет кафедри маркетингу.
2. Internet:
http: // www.mm.com.ua
http: // www.management.com.ua
http: // www. uam.in.ua
http: // www. logistics-ukraine.com
https:// www. ukrlogistica.com.ua

14. Пакет дисципліни

Навчально-інформаційний портал ТДАТУ http://nip.tsatu.edu.ua/course/view.php?id=6679
Наукова бібліотека ТДАТУ http://www.tsatu.edu.ua/biblioteka/