



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ (ЦНТУ)
Кафедра економіки, підприємництва
та готельно-ресторанної справи



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва курсу	Стратегічний менеджмент та маркетинг в готельно-ресторанному бізнесі
Викладач	Гуцалюк Олексій Миколайович, доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки, підприємництва та готельно-ресторанної справи
Рівень вищої освіти, галузь знань, спеціальність, освітня програма	Рівень вищої освіти: другий (магістерський) Галузь знань: J «Транспорт та послуги» Спеціальність: J2 «Готельно-ресторанна справа та кейтеринг» Освітньо-професійна програма: «Готельно-ресторанна справа та кейтеринг»
Контактний телефон викладача	+38(0522) 259-03-35
E-mail:	alex-g.88@ukr.net
Обсяг та ознаки дисципліни	Обов'язкова освітня компонента Форма контролю: екзамен Загальна кількість кредитів – 4, годин – 120, у т.ч. лекції – 32 години, практичні заняття – 16 години, самостійна робота – 72 години. Формат: очний (offline / face to face) / дистанційний (online). Мова викладання: українська
Консультації	Консультації проводяться відповідно до Графіку, розміщеному в інформаційному ресурсі moodle.kntu.kr.ua; у режимі відео конференцій Zoom, через електронну пошту, Viber, Telegram за домовленістю.
Пререквізити	Особливі вимоги відсутні, але ефективність засвоєння змісту дисципліни значно підвищиться, якщо здобувач володіє знаннями з готельної та ресторанної справи, економіки та менеджменту готелів і ресторанів.

1. Мета і завдання дисципліни

Метою навчальної дисципліни «Стратегічний менеджмент та маркетинг в готельно-ресторанному бізнесі» є надання здобувачам вищої освіти необхідних теоретичних знань з питань стратегічного управління підприємством, методики розробки стратегій розвитку підприємства індустрії гостинності, формування у здобувачів практичних вмінь і навичок використання інструментів стратегічного менеджменту та маркетингу в діяльності готельно-ресторанного підприємства в умовах конкурентного середовища України та інтеграційних процесів.

Завдання дисципліни є:

- опануванні основних вмінь та навичок щодо використання концепції стратегічного управління закладами індустрії гостинності;
- вивченні сутності стратегічного управління та інструментарію маркетингу для формування довгострокових конкурентних переваг готельно-ресторанного підприємства;
- дослідження впливу маркетингового середовища на стратегічну діяльність підприємств;
- формуванні вмінь стратегічного аналізу і розробки інноваційних маркетингових стратегій розвитку, спрямованих на задоволення потреб споживачів комплексного готельно-ресторанного продукту.

2. Результати навчання

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен отримати:

Інтегральна компетентність

Здатність розв'язувати складні задачі дослідницького та/або інноваційного характеру готельно-ресторанної справи.

Загальні компетентності

ЗК2. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел

ЗК 4. Здатність працювати в команді

ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології

ЗК7. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

Спеціальні компетентності

СК 3. Здатність планувати та здійснювати ресурсне забезпечення діяльності суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу

СК4. Здатність створювати і впроваджувати продуктові, сервісні, організаційні, соціальні, управлінські, інфраструктурні, маркетингові інновації у господарську діяльність суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу

СК 5. Здатність забезпечувати ефективну сервісну, комерційну, виробничу, маркетингову, економічну діяльність суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу

СК 6. Здатність координувати та регулювати взаємовідносини з партнерами та споживачами.

СК 7. Здатність до підприємницької діяльності

СК 13. Здатність ставити, формалізувати та вирішувати управлінські та організаційні завдання у сфері готельно-ресторанного бізнесу, системно аналізувати проблеми функціонування закладів гостинності, генерувати нові ідеї та інноваційні рішення, спрямовані на післявоєнне відновлення та сталий розвиток індустрії гостинності Центральноукраїнського регіону.

СК 14. Здатність визначати та критично оцінювати ключові тренди розвитку готельно-ресторанної індустрії та кейтерингового сервісу, прогнозувати їх вплив на регіональний бізнес гостинності та застосовувати ці знання для формування нових моделей управління, сервісних та бізнес-процесів, спрямованих на економічне та соціальне відновлення Центральноукраїнського регіону.

Програмні результати навчання

ПРН 1. Розробляти і приймати ефективні рішення з питань розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу, враховуючи цілі, ресурси, обмеження та ризики, забезпечувати їх реалізацію, аналізувати і порівнювати альтернативи, оцінювати ризики та імовірні наслідки їх впливу.

ПРН 4. Здійснювати моніторинг кон'юнктури ринку готельних та ресторанних послуг

ПРН 5. Оцінювати нові ринкові можливості, формулювати бізнес-ідеї та розробляти маркетингові заходи з невизначених умов і вимог, що потребують застосування нових підходів, методів та інструментарію соціально-економічних досліджень

ПРН 7. Досліджувати моделі розвитку міжнародних та національних готельних і ресторанних мереж (корпорацій)

ПРН 8. Ініціювати, розробляти та управляти проектами розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу із врахуванням інформаційного, матеріального, фінансового та кадрового забезпечення.

ПРН 13. Досліджувати, аналізувати та синтезувати інформацію щодо організаційних, управлінських і сервісних процесів у закладах готельно-ресторанного бізнесу та кейтерингу, розробляти ефективні управлінські та інноваційні рішення, спрямовані на післявоєнне відновлення та стійкий розвиток регіональної індустрії гостинності.

3. Політика курсу та академічна доброчесність

Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлювати наслідки її порушення.

При організації освітнього процесу в Центральноукраїнському національному технічному університеті здобувачі вищої освіти, викладачі та адміністрація діють відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу; Положення про організацію вивчення вибіркових навчальних дисциплін та формування індивідуального навчального плану ЗВО; Кодексу академічної доброчесності ЦНТУ.

4. Програма навчальної дисципліни

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	Завдання
-------	------------	-----------------	----------

1	2	3	4
1	Тема 1. Сутність стратегічного маркетингу та теоретико-концептуальні основи стратегічного менеджменту у сфері готельно-ресторанного бізнесу й кейтерингу. Поняття стратегічного маркетингу та його основні категорії. Сутність, цілі, завдання та ключові складові стратегічного маркетингу. Місце стратегічного маркетингу у системі управління підприємством і його взаємозв'язок з іншими освітніми компонентами. Основні функції та інструменти стратегічного маркетингу. Наукові підходи до стратегічного маркетингу: структурний, системний, функціональний, нормативний, комплексний, інтеграційний, динамічний, оптимізаційний, директивний та ситуаційний. Управління стратегічним маркетингом як діяльність, спрямована на регулювання ринкової позиції підприємства. Предмет і об'єкт стратегічного управління, його завдання та концепції. Передумови розвитку теорії стратегічного менеджменту та порівняння з іншими підходами до управління. Моделі стратегічного управління та причини зростання його значущості для готельно-ресторанного бізнесу в умовах ринку. Досвід і проблеми застосування теорії стратегічного управління при розвитку готелів і ресторанів. Кейтеринг як складова ринку гостинності та приклад окремої стратегічної ніші	9	1. Самостійно опрацювати теоретичний матеріал 2. Дати відповіді на питання для самоконтролю знань 3. Презентації індивідуальних завдань. 4. Пройти тест до теми 1 5. Розв'язок ситуаційного завдання
2	Тема 2. Рівні прийняття стратегічних рішень і класифікація стратегій підприємств. Типологія стратегій за рівнями управлінських рішень у готельно-ресторанному бізнесі. Корпоративний, діловий, функціональний та операційний рівні стратегій. Основні	7	1. Самостійно опрацювати теоретичний матеріал 2. Відповісти на контрольні запитання 3. Презентації індивідуальних завдань. 4. Пройти тест до теми 2 5. Розв'язок ситуаційного

	риси стратегій підприємства та передумови для їх прийняття. Еталонні стратегії розвитку та організаційного розвитку підприємства. Стратегії управління ресурсами (забезпечення та збереження) та критерії їх вибору. Виробнича стратегія та її класифікація за розвитком виробництва, використанням потенціалу і стадіями виробничої філософії. Маркетингова стратегія та субстратегії. Стратегії управління персоналом, науково-дослідні стратегії та стратегії виходу на міжнародні ринки.		завдання
3	Тема 3. Стратегічні ресурси підприємств готельно-ресторанного бізнесу Ресурсна концепція готельно-ресторанного бізнесу: кількісні та якісні характеристики ресурсів. Види стратегічних ресурсів: технічні, технологічні, кадрові, інформаційні та фінансові. Взаємозв'язок ресурсів та їх роль у забезпеченні стабільності підприємства. Методи та показники оцінки сильних і слабких сторін діяльності. Аналіз ключових факторів успіху та комплексна оцінка фінансових ресурсів для формування ефективної стратегії.	9	1. Самостійно опрацювати теоретичний матеріал 2. Відповісти на контрольні запитання 3. Презентації індивідуальних завдань. 4. Пройти тест до теми 3 5. Розв'язок ситуаційного завдання
4	Тема 4. Послідовність етапів стратегічного управління та специфіка формування стратегії підприємства. Основні етапи стратегічного управління: аналіз, планування, вибір та реалізація стратегії. Місія підприємства та принципи її формулювання, значення для стратегічного розвитку. Класифікація та дерево стратегічних цілей, фактори, що впливають на їх вибір, формування системи цілей і завдань. Альтернативні підходи стратегічних шкіл до формування стратегії. Принципи та структура стратегічного плану, моделі стратегічного планування, роль планування в умовах нестабільного середовища. Організація процесу стратегічного планування, етап цілеутворення,	7	1. Самостійно опрацювати теоретичний матеріал 2. Відповісти на контрольні запитання 3. Презентації індивідуальних завдань. 4. Пройти тест до теми 4 5. Розв'язок ситуаційного завдання

	визначення місії, девізу та кредо підприємства, сфери встановлення стратегічних цілей у готельно-ресторанному бізнесі.		
5	Тема 5. Стратегічний маркетинговий аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища готельно-ресторанного бізнесу та кейтерингових компаній. Сутність підприємницького середовища готельно-ресторанного бізнесу та його маркетинговий стратегічний аналіз як інформаційна база для прийняття стратегічних рішень. Цілі та принципи стратегічного аналізу: науковість, системність, комплексність, регулярність, достовірність, об'єктивність, оперативність, ефективність, адаптивність і узгодженість. Наслідки проведення або ігнорування аналізу середовища. Фактори підприємницького середовища: контрольовані та неконтрольовані, макро- та мікросередовище, типи зовнішнього середовища (нестабільне, вороже, різноманітне, технічно складне) та фактори їх нестабільності. Стратегічний аналіз загального, галузевого, операційного та внутрішнього середовища підприємства; методи та моделі діагностики, оцінка ризиків ринкового середовища, аналіз кейтерингових компаній, конкурентного середовища, трендів. Процес аналізу маркетингового середовища включає: виявлення потенційних змін, оцінку їх значущості, прогнозування впливу та наслідків, визначення маркетингової активності. Періодичність збору інформації та моніторингу змін, методи прогнозування (екстраполяція, моделювання, інтуїтивні методи, Делфі, перехресна матриця, сценарне планування). Особливості організації ринкової діяльності суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу, їх історичний розвиток та проблеми	10	1. Самостійно опрацювати теоретичний матеріал 2. Відповісти на контрольні запитання 3. Презентації індивідуальних завдань. 4. Пройти тест до теми 5 5. Розв'язок ситуаційного завдання

	реалізації сучасних стратегій.		
6	Тема 6. Маркетингова стратегічна сегментація та бізнес-позиціонування закладів готельно-ресторанного бізнесу і кейтерингових послуг на ринку. Виникнення, сутність і зміст STP-маркетингу у готельно-ресторанному бізнесі Центральноукраїнського регіону. Фактори та критерії сегментації ринку, принципи ефективного поділу споживачів. Стратегії недиференційованого, диференційованого та концентрованого маркетингу. Етапи сегментування ринку закладів, вибір критеріїв та методи формування сітки сегментів. Соціально-демографічне, поведінкове, соціокультурне сегментування, сегментування «за вигодами» та «за стилем життя», методи дослідження стилю життя родин. Розробка стратегії охоплення ринку, ринкова ніша та ринкове вікно. Поняття цільового сегмента та цільової аудиторії, стратегії вибору та позиціонування. Кейтеринг як окремий сегмент із власною специфікою позиціонування. Диференціація та її умови для досягнення ринкової сили підприємства; взаємозв'язок диференціації та позиціонування. Ланцюжок цінності за М. Портером, ознаки диференціації за Ф. Котлером та різновиди стратегій: товарна, сервісна, персоналу та на основі іміджу. Формування стратегії диференціації за Д. Джоббером та створення конкурентної переваги через маркетинговий комплекс. Сутність позиціонування, основні завдання та ключові фактори успіху. Види позиціонування за Г. Ассель, альтернативні методи Дж. Вінда, позиційна схема та етапи її побудови. Стратегії позиціонування за Ф. Котлером, різновиди: надмірне, недостатнє, змішане, сумнівне. Значення позиціонування у маркетинговій діяльності підприємств	7	1. Самостійно опрацювати теоретичний матеріал 2. Відповісти на контрольні запитання 3. Презентації індивідуальних завдань. 4. Пройти тест до теми 6 5. Розв'язок ситуаційного завдання

	Центральноукраїнського регіону.		
7	Тема 7. Стратегічний потенціал підприємства та формування його стійких конкурентних переваг. Поняття «стратегічний потенціал підприємства» та його складові: ресурси, компетенції та фактори, що впливають на формування і розвиток потенціалу. Методи та показники оцінювання стратегічного потенціалу, а також аналіз розривів між стратегічними цілями та наявним потенціалом. Особливості управління стратегічним потенціалом підприємств різних сфер економіки з урахуванням регіональних особливостей Центральноукраїнського регіону. Сутність, класифікація та характеристика конкурентних переваг підприємства; ресурси та компетенції як їх носії. Види конкурентних переваг, відносний характер переваг та середовище їх формування. Вплив конкурентних переваг на конкурентоспроможність, етапи пошуку, локалізація та підтримка переваг у готельно-ресторанному бізнесі. Фактори сили конкурентної боротьби, концепція стратегічних груп, роль інновацій у здобутті конкурентної переваги, конкурентний статус підприємства та мотивація підтримки лідерства на ринку. Дослідження стратегічного потенціалу та конкурентних переваг готельно-ресторанних підприємств Центральноукраїнського регіону: регіональні особливості формування та розвитку.	9	1. Самостійно опрацювати теоретичний матеріал 2. Відповісти на контрольні запитання 3. Презентації індивідуальних завдань. 4. Пройти тест до теми 7 5. Розв'язок ситуаційного завдання
8	Тема 8. Конкурентні маркетингові стратегії у сфері готельно-ресторанного бізнесу та кейтерингових послуг. Сутність і класифікація маркетингових конкурентних стратегій підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Основні стратегії конкуренції: низьких витрат, диференціації, оптимальних витрат, а	9	1. Самостійно опрацювати теоретичний матеріал 2. Відповісти на контрольні запитання 3. Презентації індивідуальних завдань. 4. Пройти тест до теми 8 5. Розв'язок ситуаційного завдання

	також сфокусовані стратегії на низьких витратах та диверсифікації. Захист конкурентних переваг за допомогою наступальних та оборонних стратегій; роль вертикальної інтеграції у досягненні конкурентної переваги, ейтеринг як інструмент посилення конкурентних позицій. Стратегії для кризових ситуацій, лідерські стратегії, стратегії переслідувачів (челенджерів), послідовників та підприємств, що працюють у нішах (нішерів). Стратегічна маркетингова доктрина підприємства та її ключові елементи, структура стратегічного маркетингового плану, завдання та роль маркетингового планування. Вибір стратегічного шляху, типи стратегічних маркетингових програм та формування альтернатив розвитку маркетингового комплексу. Аналіз застосування маркетингових конкурентних стратегій у готельно-ресторанних підприємствах Центральноукраїнського регіону та оцінка їх ефективності на основі локальних досліджень.		
9	Тема 9. Маркетингові стратегії розвитку: зростання, диверсифікація та управління маркетинговим комплексом у діяльності підприємств. Сутність і класифікація маркетингових стратегій: стратегії зростання, скорочення та стабільності. Маркетингові стратегії інтенсивного та інтегративного зростання, види інтеграційних стратегій, вертикальні та горизонтальні стратегії зростання. Стратегії стабільності та стратегії скорочення: відсікання зайвого, переорієнтація, банкрутство, ліквідація. Корпоративна диверсифікаційна стратегія, аналіз та оцінка диверсифікованого портфеля підприємства, умови ефективної диверсифікації, концентрована, горизонтальна та вертикальна диверсифікація. Базові та функціональні	7	1. Самостійно опрацювати теоретичний матеріал 2. Відповісти на контрольні запитання 3. Підготувати мультимедійну презентацію 4. Пройти тест до теми 5 5. Розв'язок ситуаційного завдання

	стратегії розвитку маркетингового комплексу, вибір базової стратегії підприємства. Аналіз продуктових стратегій, матриця General Electric, матриця життєвого циклу, управління продуктивним портфелем та стратегії його диверсифікації. Формування маркетинг-орієнтованої організації, стратегічна оцінка та контроль ефективності.		
10	Тема 10. Портфельні стратегії та управління стратегічною позицією підприємств. Поняття «портфель підприємства» у стратегічному управлінні та цілі його формування. Сутність портфельної стратегії та її види залежно від галузевої привабливості та організаційної сили підприємства. Стратегічна позиція підприємства та стратегічні зони господарювання (СЗГ): поняття, характеристика та ключові параметри. Фактори успіху СЗГ: види та їх роль. Стратегічна сегментація ринку, визначення реальної та потенційної ємності ринку, оцінка привабливості СЗГ. Стратегічна гнучкість (зовнішня та внутрішня) та синергізм СЗГ. Оцінка стратегічної позиції підприємства та визначення перспективних напрямів розвитку на ринку послуг.	7	1. Самостійно опрацювати теоретичний матеріал 2. Відповісти на контрольні запитання 3. Презентації індивідуальних завдань. 4. Пройти тест до теми 6 5. Розв'язок ситуаційного завдання
11	Тема 11. Формування стратегій та умови їх практичної реалізації. Критерії вибору стратегічних альтернатив та застосування матричних моделей (І. Ансоффа, М. Портера та ін.) для генерації стратегій підприємства. Формування стратегічного набору підприємства та вимоги до його структури. Поняття стратегічної прогалини та шляхи її заповнення. Умови реалізації стратегії, пов'язані з управлінською структурою, організаційною культурою та персоналом. Роль корпоративної культури та мотивації персоналу у підтримці та реалізації стратегії готельно-ресторанного	9	1. Самостійно опрацювати теоретичний матеріал 2. Відповісти на контрольні запитання 3. Презентації індивідуальних завдань. 4. Пройти тест до теми 7 5. Розв'язок ситуаційного завдання

	бізнесу.		
12	Тема 12. Використання SMART-технологій у стратегічному маркетингу та менеджменті готельно-ресторанного бізнесу. Технологія SMART як науковий підхід до вирішення завдань стратегічного маркетингу та менеджменту. Система постановки цілей на основі SMART, інтеграція місії підприємства з маркетинговими цілями та завданнями. SMART-принципи встановлення цілей у готельно-ресторанному бізнесі. Застосування SMART-технологій для обґрунтування стратегічних маркетингових цілей на різних рівнях: бізнес-рівень (позиції на ринку, продажі, прибуток); маркетингові цілі (зміна клієнтської бази, залучення нових споживачів, підвищення лояльності); комунікаційні цілі (формування попиту, підвищення пізнаваності, стимулювання купівлі). Формування «дерева стратегічних маркетингових цілей» для досягнення розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу.	9	1. Самостійно опрацювати теоретичний матеріал 2. Відповісти на контрольні запитання 3. Презентації індивідуальних завдань. 4. Пройти тест до теми 8 5. Розв'язок ситуаційного завдання
13	Тема 13. Інноваційні стратегії та технології розвитку підприємств підприємств готельно-ресторанного бізнесу та кейтерингових компаній. Сучасний розвиток нових форматів закладів ресторанного бізнесу та інноваційні форми обслуговування. Інноваційні підходи до впровадження та розширення додаткових послуг в індустрії гостинності. Організаційні та соціальні інновації у готельно-ресторанному бізнесі, включаючи внутрішні та зовнішні соціальні зміни. Створення власної готельної чи ресторанної мережі. Інноваційні рішення для розвитку інфраструктури та безпеки, технологічні новації, інформаційна інфраструктура для обладнання номерів, електронні системи бронювання та спеціалізоване	9	1. Самостійно опрацювати теоретичний матеріал 2. Відповісти на контрольні запитання 3. Презентації індивідуальних завдань. 4. Пройти тест до теми 7 5. Розв'язок ситуаційного завдання

	програмне забезпечення для управління бізнес-процесами. Новітні технічні засоби та системи прибирання приміщень. Інновації в кейтерингу (онлайн-замовлення, персоналізоване меню, екологічний сервіс). Економічні інновації та оцінка їх ефекту і ефективності: види ефектів, критерії та показники ефективності, методи підвищення результативності через функцію заощадження, а також інноваційні способи залучення інвестицій у готельно-ресторанний бізнес.		
14	Тема 14. Роль стратегічного контролю у процесі трансформацій готельно-ресторанного бізнесу. Контролінг у системі стратегічного маркетингу та менеджменту: функції – інформаційне забезпечення, спостереження, контроль, управління та регулювання. Структура системи контролінгу маркетингових стратегій включає інформаційну систему та систему контролю. Основні ознаки контролінгу маркетингових стратегій. Інструменти стратегічного контролінгу: портфельний аналіз, оцінка маркетингового потенціалу, аналіз сильних і слабких сторін, конкурентний аналіз, визначення стратегічних розривів, крива життєвого циклу продукту. Концепція стратегічного контролю маркетингових стратегій та його завдання: визначення показників для оцінки успіху, створення бази порівняння, фіксація відхилень і аналіз причин невиконання стратегії, обґрунтування коригувальних заходів.	7	1. Самостійно опрацювати теоретичний матеріал 2. Відповісти на контрольні запитання 3. Презентації індивідуальних завдань. 4. Пройти тест до теми 8 5. Розв'язок ситуаційного завдання
15	Тема 15. Цінові та збутові маркетингові стратегії підприємств готельно-ресторанного бізнесу та кейтерингових послуг. Цінова політика в комплексі стратегічного маркетингу готелів і ресторанів: сутність та зміст цінової	7	1. Самостійно опрацювати теоретичний матеріал 2. Відповісти на контрольні запитання 3. Презентації індивідуальних завдань. 4. Пройти тест до теми 8

стратегії, її види та варіанти. Стратегічні чинники та методи ціноутворення в готельно-ресторанному бізнесі, цілі процесу ціноутворення, вибір і реалізація цінової стратегії з урахуванням особливостей Центральноукраїнського регіону. Формування збутової стратегії підприємств: фактори впливу на організацію збуту, етапи розробки стратегії, стратегічні канали збуту готельно-ресторанного продукту, вибір посередників та напрямки співпраці з ними. Кейтеринг як канал збуту та приклад цінових стратегій для B2B і B2C. Класифікація видів цін, знижок і націнок, методи прогнозування цін, визначення ціни на основі точки безбитковості. Плейсмент як стратегія фірми, класифікація методів дистрибуції, стратегії просування товару та вибір маркетингових інструментів, стимулювання попиту, включаючи системи дисконтних карт. Оцінка ефективності цінової та збутової стратегії на прикладі підприємств Центральноукраїнського регіону.		5. Розв'язок ситуаційного завдання
Разом	120	

5. Система оцінювання та вимоги

Види контролю: поточний, підсумковий.

Методи контролю: спостереження за навчальною діяльністю здобувачів, усне опитування, тестовий контроль.

Форма підсумкового контролю: екзамен.

По поточному контролю здобувач має можливість отримати бали за активність на лекційних та практичних заняттях, виявлення рівня підготовки здобувачів із зазначеної теми під час опитування, участі в лекційних дискусіях, тестування, підготовки доповіді-презентації та індивідуальних завдань.

Результати навчання, набуті шляхом неформальної, інформальної освіти зараховуються відповідно до Положення про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти в Центральноукраїнському національному технічному університеті.

При контролі на лекційних та практичних заняттях оцінці підлягають: рівень знань, продемонстрований у виступах з доповідями-презентаціями та при підготовці індивідуальних завдань; правильність написання тестів; результати поточного опитування, розв'язання розрахункових практичних завдань.

Таблиця 1

Оцінювання видів робіт під час поточного оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів за один вид робіт	Орієнтовна кількість робіт, необхідних для одержання здобувачем максимальної кількості балів протягом семестру	Максимальна кількість балів, яку можливо отримати протягом семестру за видом роботи	В тому числі розподіл за рубіжними контролями, враховуючи розподіл балів	
				I	II
Розв'язання завдань	5	2 завдання	10	5 балів	5 балів
Поточне опитування («перевернутий клас»)	5	2 відповіді	10	5 балів	5 балів
Доповіді-презентації на практичних заняттях	5	2 доповіді-презентації	10	5 балів	5 балів
Тестування	5	4 тести	20	10 балів	10 балів
Підготовка індивідуальних завдань	5	2 індивідуальні завдання	10	5 балів	5 балів
Разом			60 балів	30 балів	30 балів

Критеріями оцінки є:

при усних відповідях:

- повнота розкриття питання;
- логіка викладання, культура мови;
- емоційність та переконаність;
- використання основної та додаткової літератури;
- аналітичні міркування, вміння роботи порівняння, висновки.

при виконанні письмових завдань:

- повнота розкриття питання;
- цілісність, системність, логічна послідовність, вміння формулювати висновки;
- самостійність виконання завдання;
- акуратність оформлення письмової роботи.

Участь в поточному опитуванні, доповідь-презентації на практичних заняттях, підготовка індивідуальних завдань оцінюється у 5 балів за:

- повний, розгорнутий, вичерпний виклад змісту поставленого питання або проблеми;
- повний перелік необхідних для розкриття змісту питання економічних категорій та законів;

- виявлення творчих здібностей у розумінні, викладенні й використанні навчально-програмного матеріалу;

- здатність здійснювати порівняльний аналіз різних теорій, концепцій, підходів та самостійно робити логічні висновки й узагальнення; знання історії створення таких теорій та еволюції поглядів основних представників;

- уміння користуватись методами наукового аналізу економічних явищ, процесів і характеризувати їхні риси та форми виявлення;

- демонстрація здатності висловлення та аргументування власного ставлення до альтернативних поглядів на дане питання;

- використання актуальних фактичних та статистичних даних, знань дат та історичних періодів, які підтверджують тези відповіді на питання;

- знання необхідних законів і нормативних матеріалів України, міжнародних та міждержавних угод з обов'язковим на них посиланням під час розкриття питань, які того потребують;

- знання точних назв та функцій національних та міжнародних кредитно-фінансових установ, історії їх створення і ролі при вирішенні проблем, які ставляться у конкретному питанні;

- засвоєння питань програми курсу відповідно до основної та додаткової літератури.

Відповідь знижується на 1 бал, якщо не виконано дві вимоги до відповіді на вищий бал.

Відповідь оцінюється у 0 балів за неготовність до заняття.

При виконанні тестування здобувач виконує тест з теми дисципліни, який складається з 10 тестових питань, що оцінюються в 0,5 бали кожне.

При розв'язуванні практичних задач здобувач може отримати:

5 балів – ставиться, якщо практичне завдання розв'язано вірно;

4 бали – ставиться, якщо в практичному завданні допущені незначні помилки;

3 бали – якщо завдання розв'язано вірно не менше 50% обсягу завдання;

2 бали – якщо завдання розв'язано вірно менше половини обсягу завдання;

1 бал – якщо завдання розв'язано вірно не менше 25% обсягу завдання;

0 балів - якщо завдання не виконано або виконано невірно.

Впродовж семестру здобувач може отримати максимум 60 балів, в тому числі за перший рубіжний контроль – 30 балів, за другий рубіжний контроль – 30 балів, 40 балів виносяться на екзамен.

Кількість балів, одержана здобувачем вищої освіти на екзамені, додається до результатів рубіжних контролів, що разом складає оцінку знань здобувача вищої освіти з навчальної дисципліни за 100-бальною шкалою та переводиться в оцінку за шкалою ЄКТС і національною шкалою («Відмінно», «Добре», «Задовільно», «Незадовільно»).

Для переводу підсумкової оцінки за вивчення навчальної дисципліни, вираженої у балах, у семестрову оцінку за національною шкалою та в залікову оцінку за шкалою ЄКТС використовується шкала.

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Оцінка ЄКТС	Визначення	Оцінка	
		за національною системою (екзамен)	За системою ЦНТУ
A	ВІДМІННО - відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	5 (відмінно)	90-100
B	ДУЖЕ ДОБРЕ - вище середнього рівня з кількома помилками	4 (добре)	82-89
C	ДОБРЕ - в загальному правильна робота з певною кількістю грубих помилок		74-81
D	ЗАДОВІЛЬНО - непогано, але зі значною кількістю недоліків	3 (задовільно)	64-73
E	ДОСТАТНЬО - виконання задовольняє мінімальні критерії		60-63
FX	НЕЗАДОВІЛЬНО - потрібно попрацювати перед тим, як перескласти	2 (не задовільно)	35-59
F	НЕЗАДОВІЛЬНО - необхідна серйозна подальша робота		1-34

Рівень знань здобувачів вищої освіти за національною шкалою відповідає таким критеріям:

- «відмінно» – здобувач вищої освіти досконало засвоїв теоретичний матеріал, глибоко і всебічно знає зміст навчальної дисципліни, основні положення наукових першоджерел та рекомендованої літератури, логічно мислить і будує відповіді, вільно використовує набуті теоретичні знання при аналізі практичного матеріалу, висловлює своє ставлення до тих чи інших проблем, демонструє високий рівень засвоєння практичних навичок;
- «добре» – здобувач вищої освіти добре засвоїв теоретичний матеріал, аргументовано викладає його, володіє основними аспектами з першоджерел та рекомендованої літератури, має практичні навички, висловлює свої міркування з приводу тих чи інших проблем, але припускається певних неточностей і похибок у логіці викладу теоретичного змісту або при аналізі практичного матеріалу;
- «задовільно» – здобувач вищої освіти, в основному, володіє теоретичними знаннями з навчальної дисципліни, орієнтується в першоджерелах та рекомендованій літературі, але непереконливо відповідає, додаткові питання викликають невпевненість або відсутність стабільних знань; відповідаючи на запитання практичного характеру, виявляє неточності у знаннях, не вміє оцінювати факти та явища, пов'язувати їх із майбутньою діяльністю;
- «незадовільно» – здобувач вищої освіти не опанував навчальний матеріал дисципліни, не знає наукових фактів, визначень, майже не орієнтується в першоджерелах та рекомендованій літературі, наукове мислення відсутнє, практичні навички не сформовані.

6. Рекомендовані джерела інформації:

Основні

1. Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В. Стратегічний маркетинг: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2021. 632 с.
2. Стратегічний маркетинг : конспект лекцій. 2-е вид. Кислюк Л.В. / Київ : Видавничий Дім «Кондор», 2020. 172 с.
3. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
4. Мальська М. П., Кізима В. Л., Жук І. З. Управління сферою готельного господарства: теорія та практика: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2021. 336 с.
5. Маркетинг в готельно-ресторанному господарстві : навчальний посібник. / С.М. Цвілій, Т.С. Кукліна, В.М. Зайцева. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2023. 260 с.
6. Нечаюк Л. І., Нечаюк Н. О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: навч. посіб. 3-тє вид. Київ: Центр учбової літератури, 2021. 344
7. Стратегічний маркетинг : конспект лекцій. 2-е вид. Кислюк Л.В. / Київ: Видавничий Дім «Кондор», 2020. 172 с.

Додаткові:

1. Андренко І., Шестірко А. Особливості функціонування готельних ланцюгів в Україні. Економіка та суспільство. 2022. № 40. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1448/1393>
2. Баженова С., Пологовська Ю., Канцур І. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу в умовах сьогодення. Економіка та суспільство. 2022. №38. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1280/1234>
3. Бондар Н., Боцян Т., Шаран Л. Імерсивні технології в готельному бізнесі: аналіз світового досвіду. Економіка та суспільство. 2022. № 45. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1955/1882>
4. Готельно-ресторанний бізнес: навч. посібник. [Електронний ресурс] / О.А.Ніколайчук, Н.С.Приймак, О.А. Сімакова, А.В. Слащева, Ю.А. Горайнова, Ю.М. Коренець, О.А. Боднарук, О.А. Пусікова,Є.Г. Клевцов; ред. О.А. Ніколайчук. Кривий Ріг : Вид.ДонНУЕТ, 2022. 250с. URL:
5. Гуцалюк О.М., Бондар Ю.А. Економічне стратегування та інтеграційний менеджмент підприємств готельно-ресторанного бізнесу в системі індустрії гостинності. Економічний вісник Донбасу. 2024. № 4. С. 82-90 [https://doi.org/10.12958/1817-3772-2024-4\(78\)-82-90](https://doi.org/10.12958/1817-3772-2024-4(78)-82-90)
6. Гуцалюк О.М., Бондар Ю.А., Ремзіна Н.А. Розвиток сучасних технологій провадження діяльності підприємств готельно-ресторанного та туристичного бізнесу. Розвиток методів управління та господарювання на транспорті. 2024. № 4 (89). С.231-246 DOI <https://doi.org/10.31375/2226-1915-2024-4-231-246>
7. Гуцалюк О.М., Бондар Ю.А., Зайченко В.В. Динамічні процеси готельно-ресторанного і туристично-рекреаційного бізнесу в стратегічному

розвитку національної економіки України. Вісник економічної науки України. 2024. № 2 (47). С.43-49 [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2024.2\(47\).43-49](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2024.2(47).43-49)

8. Організація готельно-ресторанної справи : наук.-допом. бібліогр. показч. / [упоряд. О. В. Олабоді, Т. П. Фесун] ; Нац. ун-т харч. технол., Наук.-техн. б-ка. Київ, 2021. 213 с.

9. Економіка готельно-ресторанного господарства : навч. посібник / С. А. Александрова, Л. В. Оболенцева, В. Ю. Світлична ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 142 с.

10. Рябенка М.О., Постова В.В. Формування комплексної стратегії маркетингу готельних послуг. Ефективна економіка. Вип. 4. 2021. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2021/112.pdf

11. Рябенка М.О. Впровадження інформаційних комп'ютерних технологій у ресторанному бізнесі. Економіка та суспільство. Вип. 41. 2022. <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1592>

12. Цвілій С. М., Кукліна Т. С., Зайцева В. М. Маркетинг в готельно-ресторанному господарстві: навчальний посібник. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2023. 260 с.

13. Череп О. Г. Маркетинг : навч. посіб. Київ : Кондор, 2021. 728 с.

14. Hutsaliuk O., Bondar Iu., Zhurylo I., Dub V. Economic Strategizing and Integration Management of Hotel and Restaurant Business Enterprises in the Hospitality Industry System. Економічний вісник Донбасу. Науковий журнал. 2024. № 4 (78). С. 82-91 [https://doi.org/10.12958/1817-3772-2024-4\(78\)-82-90](https://doi.org/10.12958/1817-3772-2024-4(78)-82-90)

Законодавчі та нормативні документи:

1. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 № 1023- XII зі змінами та доповненнями. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1023-12> .

2. Про підприємництво: Закон України від 07.02.1991 № 698-XII зі змінами та доповненнями. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/698-12> .

3. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV зі змінами та доповненнями. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/436-15> .

4. Цивільний кодекс України : Кодекс України; Закон, Кодекс від 16.01.2003 № 435-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/435-15>

5. Про туризм: Закон України від 15.09.95, № 325/95-ВР зі змінами та доповненнями URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>

6. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

7. Про стандартизацію: Закон України від 05.06.2014 № 1315-VII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/>

Інформаційні ресурси (офіційні сайти):

1. Журнал «Академія гостинності»: <http://hotel-rest.com.ua/>

2. Готельно-ресторанний бізнес: <http://hotelbiz.com.ua/>

3. Готельний та ресторанний бізнес: <http://prohotelia.com.ua/>

4. Кращі заклади ресторанного господарства України. URL: <https://reston.ua/>

5. Національна бібліотека України ім. І.В. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua>
6. Професійна система управління готельним майном. URL: <https://otelms.com/uk/otelms-front-desk/>
7. Ресторани України. URL: <http://ukraine3d.com/uk>
8. Система управління готелем. URL: <https://ultra-company.com/hotel/>

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри економіки, підприємництва та готельно-ресторанної справи, Протокол №1 від 27 серпня 2025 р.