

Центральноукраїнський національний технічний університет

Кафедра економіки, підприємництва та готельно-ресторанної справи



**«ЗАТВЕРДЖУЮ»**  
Проректор з науково-педагогічної роботи

Андрій КИРИЧЕНКО

„24” серпня 2025 року

## РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

спеціальність J2 Готельно-ресторанна справа та кейтеринг  
(шифр і назва спеціальності)

освітня програма Готельно-ресторанна справа та кейтеринг  
(шифр і назва напрямку підготовки)

факультет економічний  
(назва факультету)

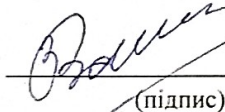
2025-2026 навчальний рік

Розробники: ГУЦАЛЮК Олексій Миколайович, професор кафедри економіки, підприємництва та готельно-ресторанної справи, доктор економічних наук, професор

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри економіки, підприємництва та готельно - ресторанної справи

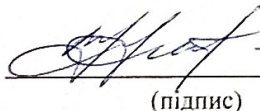
Протокол від « 27 » 08 2025 року № 1 .

Завідувач кафедри економіки, підприємництва та готельно - ресторанної справи

  
(підпис)

Володимир ЗАЙЧЕНКО  
(прізвище та ініціали)

Декан факультету економічний

  
(підпис)

Наталія ШАЛІМОВА  
(прізвище та ініціали)

## 1. Опис навчальної дисципліни

| Найменування показників                                                         | Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній рівень                                                 | Характеристика навчальної дисципліни |                       |
|---------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|-----------------------|
|                                                                                 |                                                                                                                | денна форма навчання                 | заочна форма навчання |
| Кількість кредитів ЄКТС – 4                                                     | Галузь знань<br>J «Транспорт та послуги»;                                                                      | Спеціальної (фахової) підготовки     |                       |
| Загальна кількість годин – 120                                                  | J2 «Готельно-ресторанна справа та кейтеринг»<br>Освітня програма:<br>«Готельно-ресторанна справа та кейтеринг» | <b>Рік підготовки:</b>               |                       |
|                                                                                 |                                                                                                                | 1-й                                  | 1-й                   |
|                                                                                 |                                                                                                                | <b>Семестр:</b>                      |                       |
|                                                                                 |                                                                                                                | 1-й                                  | 1-й                   |
|                                                                                 |                                                                                                                | <b>Лекції</b>                        |                       |
| Тижневих годин навчання:<br>аудиторних – 3<br>самостійної роботи студента – 4,5 | Освітній рівень:<br><b>магістр</b>                                                                             | 32 год.                              | 4                     |
|                                                                                 |                                                                                                                | <b>Практичні</b>                     |                       |
|                                                                                 |                                                                                                                | 16 год.                              | 2                     |
|                                                                                 |                                                                                                                | <b>Самостійна робота</b>             |                       |
|                                                                                 |                                                                                                                | 72 год.                              | 114                   |
|                                                                                 |                                                                                                                | <b>Вид контролю</b>                  |                       |
|                                                                                 |                                                                                                                | екзамен                              | екзамен               |

Мова навчання: українська

## **2. Мета та завдання навчальної 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.

**Передумови для вивчення дисципліни (структурно-логічна схема підготовки фахівця):** засвоєння знань за програмою вступного фахового випробування по спеціальності.

**У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен отримати:**

## **3. Результати навчання**

### **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 за 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. Програма навчальної дисципліни**

**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

**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 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.

**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.

**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, визначення місії, девізу та кредо підприємства, сфери встановлення стратегічних цілей у готельно-ресторанному бізнесі.

#### **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 реалізації сучасних стратегій.

#### **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 Центральноукраїнського регіону.

#### **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.

#### **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 також сфокусовані стратегії на низьких витратах та диверсифікації. Захист конкурентних переваг за допомогою наступальних та оборонних стратегій; роль вертикальної інтеграції у досягненні конкурентної переваги, кейтеринг 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.

#### **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 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.

#### **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.

#### **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 бізнесу.

#### **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.

### **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 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.

### **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.

### **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 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 беззбитковості. 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.

#### 4. Структура навчальної дисципліни

| Назви змістових модулів і тем                                                                                                                             | Кількість годин |              |           |                   |              |              |           |                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------------|-----------|-------------------|--------------|--------------|-----------|-------------------|
|                                                                                                                                                           | денна форма     |              |           |                   | заочна форма |              |           |                   |
|                                                                                                                                                           | усього          | у тому числі |           |                   | усього       | у тому числі |           |                   |
|                                                                                                                                                           |                 | лекції       | практичні | самостійна робота |              | лекції       | практичні | самостійна робота |
| Тема 1. Сутність стратегічного маркетингу та теоретико-концептуальні основи стратегічного менеджменту у сфері готельно-ресторанного бізнесу й кейтерингу. | 9               | 2            | 2         | 5                 | 11           | 2            | 2         | 7                 |
| Тема 2. Рівні прийняття стратегічних рішень і класифікація стратегій підприємств.                                                                         | 7               | 2            | -         | 5                 | 7            | -            | -         | 7                 |
| Тема 3. Стратегічні ресурси підприємств готельно-ресторанного бізнесу                                                                                     | 9               | 2            | 2         | 5                 | 9            | 2            | -         | 7                 |
| Тема 4. Послідовність етапів стратегічного управління та специфіка формування стратегії підприємства.                                                     | 7               | 2            | -         | 5                 | 7            | -            | -         | 7                 |
| Тема 5. Стратегічний маркетинговий аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища готельно-ресторанного бізнесу та кейтерингових компаній.                 | 10              | 4            | 2         | 4                 | 7            | -            | -         | 7                 |
| Тема 6. Маркетингова стратегічна сегментація та бізнес-позиціонування закладів готельно-ресторанного бізнесу і кейтерингових послуг на ринку              | 7               | 2            | -         | 5                 | 7            | -            | -         | 7                 |
| Тема 7. Стратегічний потенціал підприємства та формування його стійких конкурентних переваг.                                                              | 9               | 2            | 2         | 5                 | 8            | -            | -         | 8                 |
| Тема 8. Конкурентні маркетингові стратегії у сфері готельно-ресторанного бізнесу та кейтерингових послуг.                                                 | 9               | 2            | 2         | 5                 | 8            | -            | -         | 8                 |
| Тема 9. Маркетингові стратегії розвитку: зростання, диверсифікація та управління маркетинговим комплексом у діяльності підприємств.                       | 7               | 2            | -         | 5                 | 8            | -            | -         | 8                 |
| Тема 10. Портфельні стратегії та управління стратегічною позицією підприємств.                                                                            | 7               | 2            | -         | 5                 | 8            | -            | -         | 8                 |
| Тема 11. Формування стратегій та умови їх практичної                                                                                                      | 8               | 2            | 2         | 4                 | 8            | -            | -         | 8                 |

|                                                                                                                                        |            |           |           |           |            |          |          |            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-----------|-----------|-----------|------------|----------|----------|------------|
| реалізації.                                                                                                                            |            |           |           |           |            |          |          |            |
| Тема 12. Використання SMART-технологій у стратегічному маркетингу та менеджменті готельно-ресторанного бізнесу.                        | 8          | 2         | 2         | 4         | 8          | -        | -        | 8          |
| Тема 13. Інноваційні стратегії та технології розвитку підприємств підприємств готельно-ресторанного бізнесу та кейтерингових компаній. | 9          | 2         | 2         | 5         | 8          | -        | -        | 8          |
| Тема 14. Роль стратегічного контролю у процесі трансформацій готельно-ресторанного бізнесу.                                            | 7          | 2         | -         | 5         | 8          | -        | -        | 8          |
| Тема 15. Цінові та збутові маркетингові стратегії підприємств готельно-ресторанного бізнесу та кейтерингових послуг.                   | 7          | 2         | -         | 5         | 8          | -        | -        | 8          |
| <b>Всього за семестр</b>                                                                                                               | <b>120</b> | <b>32</b> | <b>16</b> | <b>72</b> | <b>120</b> | <b>4</b> | <b>2</b> | <b>114</b> |

#### 5.Теми практичних занять

| № з/п | Назва теми                                                                                                                                                | Кількість годин |              |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------------|
|       |                                                                                                                                                           | Денна форма     | Заочна форма |
| 1     | Тема 1. Сутність стратегічного маркетингу та теоретико-концептуальні основи стратегічного менеджменту у сфері готельно-ресторанного бізнесу й кейтерингу. | 2               |              |
| 2     | Тема 2. Рівні прийняття стратегічних рішень і класифікація стратегій підприємств.                                                                         | -               | 2            |
| 3     | Тема 3. Стратегічні ресурси підприємств готельно-ресторанного бізнесу                                                                                     | 2               |              |
| 4     | Тема 4. Послідовність етапів стратегічного управління та специфіка формування стратегії підприємства.                                                     | -               |              |
| 5     | Тема 5. Стратегічний маркетинговий аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища готельно-ресторанного бізнесу та кейтерингових компаній.                 | 2               |              |
| 6     | Тема 6. Маркетингова стратегічна сегментація та бізнес-позиціонування закладів готельно-ресторанного бізнесу і кейтерингових послуг на ринку              | -               |              |
| 7     | Тема 7. Стратегічний потенціал підприємства та формування його стійких конкурентних переваг.                                                              | 2               |              |
| 8     | Тема 8. Конкурентні маркетингові стратегії у сфері готельно-ресторанного бізнесу та кейтерингових послуг.                                                 | 2               |              |
| 9     | Тема 9. Маркетингові стратегії розвитку: зростання, диверсифікація та управління маркетинговим комплексом у діяльності підприємств.                       | -               |              |
| 10    | Тема 10. Портфельні стратегії та управління стратегічною позицією підприємств.                                                                            | -               |              |
| 11    | Тема 11. Формування стратегій та умови їх практичної реалізації.                                                                                          | 2               |              |
| 12    | Тема 12. Використання SMART-технологій у стратегічному маркетингу та менеджменті готельно-ресторанного бізнесу.                                           | 2               |              |
| 13    | Тема 13. Інноваційні стратегії та технології розвитку підприємств                                                                                         | 2               |              |

|    |                                                                                                             |    |   |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|
|    | підприємств готельно-ресторанного бізнесу та кейтерингових компаній.                                        |    |   |
| 14 | Тема 14. Роль стратегічного контролю у процесі трансформацій готельно-ресторанного бізнесу.                 | -  |   |
| 15 | Цінові та збутові маркетингові стратегії підприємств готельно-ресторанного бізнесу та кейтерингових послуг. | -  |   |
|    | Разом                                                                                                       | 16 | 2 |

## 6. Самостійна робота

| № з/п | Назва теми                                                                                                                                                | Кількість годин |              |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------------|
|       |                                                                                                                                                           | Денна форма     | Зоачна форма |
| 1     | Тема 1. Сутність стратегічного маркетингу та теоретико-концептуальні основи стратегічного менеджменту у сфері готельно-ресторанного бізнесу й кейтерингу. | 5               | 7            |
| 2     | Тема 2. Рівні прийняття стратегічних рішень і класифікація стратегій підприємств.                                                                         | 5               | 7            |
| 3     | Тема 3. Стратегічні ресурси підприємств готельно-ресторанного бізнесу                                                                                     | 5               | 7            |
| 4     | Тема 4. Послідовність етапів стратегічного управління та специфіка формування стратегії підприємства.                                                     | 5               | 7            |
| 5     | Тема 5. Стратегічний маркетинговий аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища готельно-ресторанного бізнесу та кейтерингових компаній.                 | 4               | 7            |
| 6     | Тема 6. Маркетингова стратегічна сегментація та бізнес-позиціонування закладів готельно-ресторанного бізнесу і кейтерингових послуг на ринку              | 5               | 7            |
| 7     | Тема 7. Стратегічний потенціал підприємства та формування його стійких конкурентних переваг.                                                              | 5               | 8            |
| 8     | Тема 8. Конкурентні маркетингові стратегії у сфері готельно-ресторанного бізнесу та кейтерингових послуг.                                                 | 5               | 8            |
| 9     | Тема 9. Маркетингові стратегії розвитку: зростання, диверсифікація та управління маркетинговим комплексом у діяльності підприємств.                       | 5               | 8            |
| 10    | Тема 10. Портфельні стратегії та управління стратегічною позицією підприємств.                                                                            | 5               | 8            |
| 11    | Тема 11. Формування стратегій та умови їх практичної реалізації.                                                                                          | 4               | 8            |
| 12    | Тема 12. Використання SMART-технологій у стратегічному маркетингу та менеджменті готельно-ресторанного бізнесу.                                           | 4               | 8            |
| 13    | Тема 13. Інноваційні стратегії та технології розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу та кейтерингових компаній.                                | 5               | 8            |
| 14    | Тема 14. Роль стратегічного контролю у процесі трансформацій готельно-ресторанного бізнесу.                                                               | 5               | 8            |
| 15    | Цінові та збутові маркетингові стратегії підприємств готельно-ресторанного бізнесу та кейтерингових послуг.                                               | 5               | 8            |
|       | Разом                                                                                                                                                     | 72              | 114          |

## 7. Індивідуальні завдання

При вивченні дисципліни «Стратегічний менеджмент та маркетинг в готельно-ресторанному бізнесі» здобувачам пропонується виконувати наступні індивідуальні завдання:

- розв'язування ситуаційних завдань, кейсів з теми;
- проведення аналітичного (критичного) огляду літературних джерел та наукових статей за

тематикою дисципліни;

- виконання творчих завдань та написання тез чи статей.

### **Теми індивідуальних завдань:**

1. Генерування стратегій розвитку готельно-ресторанного бізнесу та кейтерингових послуг: сучасні підходи.
2. Умови ефективної реалізації стратегій у сфері гостинності.
3. Роль стратегічного планування у діяльності готелів та ресторанів.
4. Аналіз зовнішнього середовища як основа стратегічних рішень у бізнесі гостинності.
5. SWOT-аналіз у стратегічному управлінні готелями, ресторанами та кейтеринговими компаніями.
6. SMART-технології у стратегічному маркетингу готельного бізнесу.
7. SMART-підхід у менеджменті ресторанних підприємств.
8. Розробка інноваційних стратегій для підвищення конкурентоспроможності готелю.
9. Маркетингові стратегії залучення клієнтів у ресторанному бізнесі та кейтерингу.
10. Формування стратегії бренду готельно-ресторанного комплексу та кейтерингових послуг.
11. Технології інноваційного розвитку готельного бізнесу.
12. Інноваційні стратегії у ресторанному та кейтеринговому бізнесі: світовий досвід.
13. Цифрові технології у стратегічному менеджменті підприємств гостинності.
14. Використання Big Data у маркетингу готелів і ресторанів.
15. Стратегічний контроль як інструмент управління ефективністю готельно-ресторанних підприємств.
16. Система ключових показників (KPI) у стратегічному менеджменті готелів.
17. Особливості стратегічного управління у міжнародних готельних мережах.
18. Конкурентні стратегії у ресторанному та кейтеринговому бізнесі.
19. Антикризові стратегії управління підприємствами гостинності та кейтерингового сервісу.
20. Маркетингова стратегія виходу готелю на новий ринок.
21. Стратегічний аналіз туристичних потоків та його вплив на готельний бізнес.
22. Розробка збутових стратегій для ресторанних і кейтерингових підприємств.
23. Цінові стратегії у готельному бізнесі та кейтерингових компаніях.
24. Цінова політика ресторанів і кейтерингових послуг: стратегічний підхід.
25. Стратегії диференціації у готельно-ресторанному бізнесі та кейтерингу.
26. Використання інноваційних сервісних технологій у готелях.
27. Управління якістю обслуговування як стратегічний пріоритет у готельно-ресторанному бізнесі та кейтерингу.
28. Роль клієнтоорієнтованих стратегій у готельно-ресторанній сфері та кейтерингових послугах.
29. Управління персоналом як складова стратегічного менеджменту готелів.
30. Розвиток корпоративної культури у стратегічному менеджменті підприємств гостинності.
31. Стратегії соціальної відповідальності готельно-ресторанних підприємств.
32. Маркетинг відносин у готельному бізнесі.
33. Використання CRM-систем у стратегічному маркетингу ресторанів.
34. Інтернет-маркетинг у стратегічному розвитку готельно-ресторанного та кейтерингового бізнесу.
35. Маркетингові стратегії у соціальних мережах для готелів, ресторанів і кейтерингових компаній.
36. Контент-маркетинг у стратегії просування готельного бізнесу.
37. Використання influencer-маркетингу у ресторанному бізнесі.
38. Досвід міжнародних готельних мереж у реалізації стратегій маркетингу.
39. Стратегії розвитку стартапів у готельно-ресторанному секторі.
40. Розробка стратегії франчайзингу для готельного бізнесу.

41. Стратегії партнерства у ресторанному та кейтеринговому бізнесі.
42. Використання моделі «блакитного океану» у стратегічному менеджменті готелів.
43. Диверсифікація як стратегія розвитку готельного, ресторанного та кейтерингового бізнесу.
44. Реструктуризація підприємств індустрії гостинності: стратегічний аспект.
45. Роль інноваційних технологій бронювання у готельному бізнесі.
46. Персоналізація сервісу як стратегія підвищення лояльності клієнтів у готельно-ресторанному бізнесі та кейтерингу.
47. Використання гейміфікації у стратегічному маркетингу ресторанів.
48. Стратегії утримання клієнтів у готельному, ресторанному та кейтеринговому бізнесі.
49. Customer Journey Map як інструмент стратегічного маркетингу ресторанів і кейтерингових компаній.
50. Дослідження конкурентних переваг у стратегічному розвитку готелів.
51. Маркетингові стратегії у сфері luxury-готелів.
52. Стратегічні підходи до розвитку бюджетних готелів.
53. Стратегії сталого розвитку у ресторанному та кейтеринговому бізнесі.
54. «Зелені» технології як інноваційна стратегія готелів.
55. Екологічна складова стратегічного маркетингу підприємств гостинності.
56. Управління ризиками у стратегічному менеджменті готельно-ресторанного бізнесу.
57. Стратегії виходу українських готельно-ресторанних і кейтерингових підприємств на міжнародний ринок.
58. Роль інновацій у підвищенні конкурентоспроможності готелів та ресторанів.
59. Сучасні моделі стратегічного управління у сфері гостинності.
60. Використання штучного інтелекту у стратегічному маркетингу готельно-ресторанного бізнесу.

## **8. Методи навчання.**

Під час викладання навчальної дисципліни «Стратегічний менеджмент та маркетинг в готельно-ресторанному бізнесі» застосовуються наступні методи:

- словесні (лекції, бесіди);
  - наочні, під час лекцій (інформаційних, аналітичних, проблемних) та практичних занять, в тому числі з використанням мультимедійного забезпечення;
  - практичні, під час виконання практичних робіт, задач, вправ;
  - інтерактивні методи зокрема проєктно-дослідницький метод; інтегровані методи.
- Застосовуються наступні інформаційно-комунікаційні технології та діджитал-інструменти: цифрові інструменти Google, програмні продукти від Microsoft, програмне забезпечення для проведення різних видів робіт: Kahoot, Mentimeter, Miro, графічний редактор Crello, хмарні презентаційні сервіси Canva, Prezi, Genially, графічний додаток Diagrams.net, платформа для управління проєктами Trello;
- методи дистанційного навчання за допомогою платформ: Moodle та Zoom.

## **9. Критерії та засоби оцінювання.**

Види контролю: поточний, підсумковий.

Форма підсумкового контролю: екзамен.

Оцінку підсумкового семестрового контролю у формі екзамену становить сума балів за результатами поточного контролю, рубіжних контролів та балів, набраних здобувачем вищої освіти при складанні семестрового екзамену.

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, розв'язання розрахункових практичних завдань, тестування, підготовки доповіді-презентації та індивідуальних завдань.

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»).

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

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

#### Шкала оцінювання: ЄКТС, національна та ЦНТУ

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

#### 10. 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. Горяйнова, Ю.М. Коренець, О.А. Боднарук, О.А. Пусікова, С.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. покажч. / [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. Рябенька 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](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2021/112.pdf)
11. Рябенька 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. Цвілий 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-рестораний 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/>