

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІАКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Навчально-науковий інститут денної освіти
Кафедра маркетингу

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

«Дослідження поведінки споживачів готельних та ресторанних послуг»

на 2022-2023 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	4 курс, 8 семестр
Освітня програма/спеціалізація	«Готельно-ресторанна справа»
Спеціальність	241 «Готельно-ресторанна справа»
Галузь знань	24 Сфера обслуговування
Ступінь вищої освіти	бакалавр

ПІБ НПП, який веде дану дисципліну,
науковий ступінь і вчене звання,
посада

Трайно Вікторія Миколаївна
К.Е.Н.,
доцент кафедри маркетингу

Контактний телефон	+38-066-10-46-215
Електронна адреса	trayno555@ukr.net
Розклад навчальних занять	http://schedule.puet.edu.ua/
Консультації	он-лайн: електронною поштою, пн-пт з 10.00-17.00
Сторінка дистанційного курсу	https://el.puet.edu.ua/

Опис навчальної дисципліни

Мета вивчення навчальної дисципліни	Вивчення головних напрямів розширення функцій маркетингу у дослідженні механізмів поведінки споживачів і використанні цих механізмів для досягнення мети підприємств готельних та ресторанних послуг
Тривалість	3 кредити ЕКТС/90 годин (лекції 16 год., практичні заняття 20 год., самостійна робота 54 год.)
Форми та методи навчання	Лекції та практичні заняття в аудиторії, самостійна робота поза розкладом
Система поточного та підсумкового контролю	Поточний контроль: відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; доповіді з рефератами та їх обговорення; тестування; поточна модульна робота Підсумковий контроль: іспит
Базові знання	Наявність знань з організації роботи готелів і ресторанів, маркетингу готельно-ресторанного господарства
Мова викладання	Українська

Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<p>РН 02. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії готельної та ресторанної справи, організації обслуговування споживачів та діяльності суб'єктів ринку готельних та ресторанних послуг, а також суміжних наук.</p> <p>РН 04. Аналізувати сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності та рекреаційного господарства.</p> <p>РН 08. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами готельних та ресторанних послуг</p> <p>РН 16. Виконувати самостійно завдання, розв'язувати задачі і проблеми, застосовувати їх в різних професійних</p>	<p>ЗК 03. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК 04. Навички використання комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК 07. Цінування та повага мультикультурності.</p> <p>ЗК 09. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК 10. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>СК 04. Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах</p>

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<p>ситуаціях та відповідати за результати своєї діяльності. РН 17. Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань при організації ефективних комунікацій зі споживачами та суб'єктами готельного та ресторанного бізнесу.</p>	<p>сфери гостинності, навички взаємодії. СК 08 Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання готельних та ресторанних послуг для різних сегментів споживачів</p>

Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Модуль 1. Сутність поведінки споживачів. Фактори впливу на поведінку споживачів		
Тема 1. Сервісний маркетинг у сфері готельних та ресторанних послуг	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Охарактеризувати сферу гостинності Полтавської області
Тема 2. Поведінка споживачів в умовах економічного обміну	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Надати характеристику однієї з вказаних моделей: 1. Модель Фоксола-Голдсмита-Брауна. 2. Модель Нікосії. 3. Модель Говарда-Шета. 4. Модель О'Шонессі. 5. Модель Енджела-Блекуелла-Мініарда. Визначити її переваги та недоліки
Тема 3. Фактори зовнішнього впливу на поведінку споживачів готельних та ресторанних послуг	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Підготувати доповідь на тему «Особливості культури країни (за вибором студента)» або «Підходи до визначення соціального класу».
Тема 4. Фактори внутрішнього впливу на поведінку споживачів готельних та ресторанних послуг	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування; поточна модульна робота	Підготувати доповідь на одну із тему: «Процесуальні теорії мотивації», «Теорія протилежних процесів», «S-R» теорія» і «Теорія підтримання оптимального рівня стимулювання».
Модуль 2. Процес прийняття рішень споживачем готельних та ресторанних послуг. Дослідження поведінки споживачів		
Тема 5. Дослідження поведінки споживачів готельних та ресторанних послуг	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Дослідити параметри пошуку клієнтів при виборі закладу готельно-ресторанного господарства (за вибором студента)
Тема 6. Сегментація ринку готельних та ресторанних послуг	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Провести сегментацію ринку готельного чи ресторанного господарства країни за вибором студента
Тема 7. Поведінкова реакція споживачів готельних та ресторанних послуг	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Підготувати доповідь на одну із тему: 1. Фактори впливу на увагу (особистісні та стимульні). 2. Принципи організації стимулів. 3. Матриця залучення Фута, Коуна, Белдінга 4. Навчання і стратегія позиціонування продукту.
Тема 8. Процес прийняття рішень індивідуальним споживачем готельних та ресторанних послуг	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування; поточна модульна робота	Підготувати доповідь на одну із тему: 1. Моделі споживача (економічна людина, людина пасивна, людина когнітивна та емоційна). 2. Українська дійсність і консьюмеризм. Реакція бізнесу на рух споживачів.

Інформаційні джерела

1. Карпенко Н. В. Нейромаркетинг для малого бізнесу / Н.В. Карпенко, М.М. Іваннікова // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2020. № 2 (98). - с. 65-74. Режим доступу : <http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/9934/1/2%20%20%2898%29%202020.pdf>
2. Карпова С.В. Маркетинг в галузях і сферах діяльності / С.В. Карпова, 2018. Режим доступу: https://stud.com.ua/170606/marketing/marketing_v_galuzyah_i_sferah_diyalnosti
3. Ларіна Я.С. Поведінка споживача: навч. посібник / Я.С. Ларіна, А. В. Рябчик; – К.: Олді-Плюс, 2020. – 284 с.
4. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст [Текст] : монографія / за заг. ред. Н. В. Карпенко. – Київ : Центр учб. л-ри, 2016. – 252 с. Режим доступу : <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/6730>
5. Окландер М.А., Жарська І.О. Поведінка споживача: Навч. пос. / Окландер М.А., Жарська І. О. – К.: Центр навчальної літератури, 2019. – 208 с.
6. Тимошенко З.І. Маркетинг готельно-ресторанного бізнесу / З.І. Тимошенко, Г.Б. Мунін, В.П. Дишлевий. Режим доступу: <http://tourism-book.com/pbooks/book-37/ua/>.
7. Трайно В. М. Використання засобів стимулювання продажу на підприємствах сфери послуг / В. М. Трайно // Науковий вісник Полтавського університету економіки та торгівлі. – 2020. – № 4 (100). – (Серія «Економічні науки»). DOI [10.37734/2409-6873-2020-4-8](https://doi.org/10.37734/2409-6873-2020-4-8) <http://journal.puet.edu.ua/index.php/nven/article/view/1799>
8. Трайно В. М. Використання типології споживачів у діяльності підприємств / В. М. Трайно // Мережевий бізнес: становлення, проблеми, інновації : збірник наукових праць за матеріалами VII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 27 – 28 квітня 2017 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2017. – С.113-115. Режим доступу : <http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/6521/1/Мережевий%20бізнес....2017.pdf#page=113>>
9. Трайно В. М. Використання сприйняття споживачів у маркетинговій діяльності / В. М. Трайно // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». – 2020. – № 10 (42), 1 том. – С. 142–148. – (Серія «Економічні науки»). Режим доступу : <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/9847> <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/16301776062805.pdf>
10. Трайно В. М. Вплив ситуаційних чинників на поведінку споживачів / В. М. Трайно // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». – 2021. – № 8 (52), 2 том.– (Серія «Економічні науки»). С. 25-29. Режим доступу : <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/16301776062805.pdf>
11. Трайно В.М. Діти як цільова аудиторія підприємства / В.М.Трайно // Theory and practice of modern science: collection of scientific papers «SCIENTIA» with Proceedings of the I International Scientific and Theoretical Conference (Vol. 1). – Kraków, Republic of Poland: European Scientific Platform, April 23, 2021. – С. 39-40. Режим доступу : <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/10580>
12. Трайно В. М. Конс'юмеризм та поведінка споживачів / В. М. Трайно // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2005. – Вип. 201. – Т. IV. – С. 961–970. Режим доступу : <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/5005>
13. Трайно В. М. Маркетингові інструменти впливу на клієнтів, як система управління продажами / А. М. Захаренко-Селезньова, В. М. Трайно, Н. І. Яловега // Вісник Хмельницького національного університету: Економічні науки. – 2021. – № 1 (290). – С.44-48. Режим доступу : <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/05/VKNU-ES-2021-N-1-290.pdf>
14. Трайно В. М. Засоби комунікацій на підприємствах ресторанного господарства / В. М. Трайно // Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст : збірник наукових праць за матеріалами Міжнародної науково-практичної конференції (м. Полтава, 28–29 травня 2015 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2015. – С. 35-38. Режим доступу : <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/5024>
15. Трайно В. М. Маркетингове управління споживачами послуг : монографія / В. І. Перебийніс, В. М. Трайно. – Полтава : ПУЕТ, 2015. – 323 с. Режим доступу : <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/4922>
16. Трайно В. М. Мотивація в системі маркетингового управління споживачами / В. І. Перебийніс, В. М. Трайно // Інноваційна економіка. – 2011. – № 4 (23). – С. 232–235. Режим доступу : <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/4923>
17. Трайно В. М. Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни «Маркетинг готельного і ресторанного господарства» для студентів напряму підготовки 6.140101 «Готельно-ресторанна справа» / В. М. Трайно. – Полтава : ПУЕТ, 2017. – 181 с. http://elib.puet.edu.ua/action.php?kt_path_info=lm.web.view&fDocumentId=812702

18. Трайно В. М. Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення навчальної дисципліни «Поведінка споживачів» студентами спеціальності 075 «Маркетинг» ступеня бакалавра ПУЕТ / В. М. Трайно. – Полтава : ПУЕТ, 2018. – 149 с. Режим доступу : http://elib.puet.edu.ua/action.php?kt_path_info=ktcore.SecViewPlugin.actions.document&fDocumentId=815577
19. Трайно В. М. Особливості поведінки споживачів в умовах COVID-19 / В. М. Трайно // Економіка та суспільство. – 2021. – Випуск 29. Режим доступу : <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/550/528>
20. Трайно В. М. Розвиток маркетингового управління споживачами послуг підприємств ресторанного господарства / В. М. Трайно // Науковий вісник Полтавського університету економіки та торгівлі. – 2013. – № 1 (56). – С. 270-274. – (Серія «Економічні науки»). Режим доступу : <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/4921>
21. Трайно В. М. Система маркетингового управління споживачами послуг підприємств ресторанного господарства / В. М. Трайно // Науковий вісник Полтавського університету економіки та торгівлі. – 2011. – № 5 (50). – С. 255–259. – (Серія «Економічні науки»). Режим доступу : <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/4544>
22. Трайно В. М. Специфіка послуг об'єктів ресторанного господарства / В. М. Трайно // Науковий вісник Полтавського університету економіки та торгівлі. – 2010. – № 5 (44). – Ч. I. – С. 149–155. – (Серія «Економічні науки»). Режим доступу : <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/4543>
23. Трайно В. М. Споживач як об'єкт маркетингового управління підприємствами: моделі поведінки / В. І. Перебийніс, В. М. Трайно // Вісник Сумського національного аграрного університету. – 2014. – Вип. 5 (60). – С. 87–89. – (Серія «Економіка і менеджмент»). Режим доступу : <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/4361>
24. Трайно В.М. Ставлення споживачів до послуг підприємств ресторанного господарства в умовах COVID-19 / В.М.Трайно // Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст. Частина 2 : монографія / за науковою редакцією Н. В. Карпенко - Полтава : ПУЕТ, 2021. – С. 240-274.
25. Трайно В. М. Тенденції ринку послуг ресторанного господарства / В. М. Трайно // Економічний аналіз : зб. наук. пр. – Тернопіль : Економічна думка, 2010. – Вип. 5. – С. 360–364. Режим доступу : <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/4984>
26. Трайно В. М. Формування маркетингових стратегій управління споживачами послуг ресторанного господарства / В. М. Трайно // Науковий вісник Полтавського університету економіки та торгівлі. – 2011. – № 2 (47). – С. 163–168. – (Серія «Економічні науки»). Режим доступу : <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/4542>
27. Трайно В. М. Формування матриці привабливості клієнтів закладів ресторанного господарства / В. М. Трайно // Держава та регіони. – 2011. – № 4. – С. 206–208. – (Серія «Економіка та підприємництво»). Режим доступу : <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/4983>
28. Трайно В. М. Формування стратегій підприємств готельно-ресторанного господарства / В. М. Трайно // Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст : збірник наукових праць за матеріалами II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Полтава, 21–22 квітня 2016 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2016. – С. 99-101. Режим доступу : <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/5023>

Програмне забезпечення навчальної дисципліни

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office.

Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

Політика щодо термінів виконання, перескладання завдань поточного контролю; допуску до підсумкового контролю: усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін; завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Перескладання модулів відбувається із дозволу провідного викладача за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний). Порядок допуску студентів до заліково-екзаменаційної сесії: http://puet.edu.ua/sites/default/files/poryadok_dopusku_studentiv_do_zalikovo-ekzamenaciyanoi_sesiyi.pdf . Дострокова здача підсумкового контролю – згідно ДПСЯ М- 9-8.1-211-54-19

«Порядок надання студенту дозволу на дострокову здачу заліково-екзаменаційної сесії» (http://puet.edu.ua/sites/default/files/poryadok_nadannya_dozvolu_na_dostrokovu_ekz_sesiyu.pdf)

Політика щодо академічної доброчесності: відповідно до «Положення про запобігання випадкам академічного плагиату» (http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya_pro_zapobigannya_vypadkiv_akademichnogo_plagiatu.pdf) під час роботи над матеріалом курсу не допустимо порушення академічної доброчесності.

Політика щодо відвідування: відвідування занять є обов'язковим компонентом, але за об'єктивних причин (воєнний стан в Україні, хвороба, працевлаштування, стажування) можливе відвідування занять дистанційно на платформі Moodle.

Політика визнання та зарахування результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти:

http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya_pro_zarahuvannya_rezultativ_neformalnoyi_osvity_0.pdf.

Графічне подання інформації щодо політики визнання та зарахування результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти: <http://puet.edu.ua/uk/neformalna-osvita>

Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне та підсумкове оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-4): відвідування занять (4 бали); захист домашнього завдання (4 бали); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (4 балів); завдання самостійної роботи (6 балів); тестування (2 бали); поточна модульна робота (6 балів)	30
Модуль 2 (теми 5-8): відвідування занять (4 бали); захист домашнього завдання (4 бали); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (4 балів); завдання самостійної роботи (6 балів); тестування (2 бали); поточна модульна робота (6 балів)	30
Іспит	40
Разом	100

За участь у науково-дослідній роботі та в інших заходах здобувачам нараховуються додаткові бали. За додаткові види навчальних робіт здобувач вищої освіти може отримати не більше 30 балів. Додаткові бали додаються до загальної підсумкової оцінки за вивчення навчальної дисципліни, але загальна підсумкова оцінка не може перевищувати 100 балів

Шкала оцінювання здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Дуже добре
74-81	C	Добре
64-73	D	Задовільно
60-63	E	Задовільно достатньо
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни