

	<p style="text-align: center;"><b>СИЛАБУС</b>  <b>НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ</b>  <b>«УПРАВЛІННЯ ПОПИТОМ»</b></p> <p><b>Рівень вищої освіти:</b> Перший (бакалаврський)  <b>Спеціальність:</b> 241 Готельно-ресторанна справа  <b>Рік навчання:</b> 4-й, семестр 8-й  <b>Кількість кредитів ECTS:</b> <u>5 кредитів</u>  <b>Назва кафедри:</b> Аграрного менеджменту та маркетингу  <b>Мова викладання:</b> <u>українська</u></p>
<b>Лектор курсу</b>	<b>к.п.н., доцент Белкін Ігор Володимирович</b>
<b>Контактна інформація лектора (e-mail)</b>	<b><u>belkin@vsau.vin.ua, belkinvn82@ukr.net</u></b>

### ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Навчальна дисципліна «Управління попитом» є вибірковою компонентою ОПП.

Загальний обсяг дисципліни 150 год.: лекції - 26 год.; практичні заняття - 24 год., самостійна робота - 100 год.

Формат проведення: лекції, практичні заняття, консультації. Підсумковий контроль – залік.

При вивченні даної дисципліни можуть використовуватись знання, отримані з такої дисципліни: «Менеджмент готельно-ресторанного господарства».

### Призначення навчальної дисципліни

Управління попитом - відносно нова наука, що відділилася від маркетингу наприкінці шістдесятих - початку сімдесятих років ХХ століття, хоча до сьогоднішнього дня більша частина робіт у цій області виконується в рамках маркетингу товарів і послуг. З дослідженнями в області управління попитом замикаються роботи в області мікро – і макроекономіки, маркетингу. Важливо не просто знати, що являє собою концепція попиту, який набір його інструментів, але найважливіше вміти в потрібний час і в потрібному місці вжити ці інструменти на практиці для швидкого, цілеспрямованого розв'язку завдань і забезпечення гнучкої поведінки фірми. Це необхідно як для забезпечення економічно ефективної діяльності, так і для максимального задоволення купівельних потреб.

## **Мета вивчення навчальної дисципліни**

Метою вивчення освітньої компоненти є формування сучасної системи поглядів та спеціальних знань у галузі управління попитом у сфері гостинності.

## **Завдання вивчення дисципліни**

Ознайомити студентів з природою, відповідними поняттями, категоріями споживчого попиту; визначенні факторів, які обумовлюють зміни попиту; набутті практичних навичок по оволодінню методами аналізу різновидів ринкового попиту та методів їх вимірювання; визначенні особливостей процесу надання послуг, у тому числі у сфері гостинності; визначенні категорії споживчої лояльності як основи стабільності попиту та умови щодо прийняття ефективних управлінських рішень.

## **ПЕРЕЛІК КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ, ЯКИХ НАБУВАЄ ЗДОБУВАЧ ПРИ ВИВЧЕННІ ДИСЦИПЛІНИ ВІДПОВІДНО ДО ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ**

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач повинен сформувати такі програмні компетентності:

*інтегральну компетентність (ІК):*

Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми діяльності суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу, що передбачає застосування теорій та методів системи наук, які формують концепції гостинності і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

*загальні компетентності (ЗК):*

ЗК 4. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК 8. Навики здійснення безпечної діяльності

*спеціальні (фахові) компетентності (СК):*

СК 2. Здатність організувати сервісно-виробничий процес з урахуванням вимог і потреб споживачів та забезпечувати його ефективність.

СК 5. Здатність управляти підприємством, приймати рішення у господарській діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

СК 7. Здатність розробляти нові послуги (продукцію) з використанням інноваційних технологій виробництва та обслуговування споживачів.

## **ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ВІДПОВІДНО ДО ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ**

ПРН 7. Організувати процес обслуговування споживачів готельних та ресторанних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.

ПРН 10. Розробляти нові послуги (продукцію), використовуючи сучасні технології виробництва та обслуговування споживачів.

ПРН 18. Презентувати власні проекти і розробки, аргументувати свої пропозиції щодо розвитку бізнесу.

Вивчення даної дисципліни формує у здобувачів освіти соціальні навички (soft skills): комунікативність (реалізується через: метод роботи в парах та групах, робота з інформаційними джерелами), робота в команді (реалізується через: метод проєктів), лідерські навички (реалізується через: робота в групах, метод проєктів).

### **ПЛАН ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

№ з/п	Назви теми	Форми організації навчання та кількість годин		Самостійна робота, кількість годин
		лекційні заняття	практичні заняття	
1	Тема 1 Ринковий механізм ринку та його елементи: попит, пропозиція, ціна, рівновага та еластичність	4	4	12
2	Тема 2 Види та детермінанти ринкового попиту	4	4	11
3	Тема 3 Особливості процесу надання послуг гостинності	4	4	11
4	Тема 4 Управління попитом шляхом впливу на процес прийняття рішення споживачем щодо придбання послуги гостинності	4	2	11
5	Тема 5 Споживча лояльність як основа стабільності попиту	2	2	11
6	Тема 6 Управління попитом через виробничі можливості підприємств гостинності	2	2	11
7	Тема 7 Прогнозування попиту на послуги	2	2	11
8	Тема 8 CRM (Customer Relationship Management) - управління взаємовідносинами з клієнтами – як сучасний метод управління попитом.	2	2	11
9	Тема 9 Кадрова політика – як складова управління попитом	2	2	11
<b>Разом</b>		<b>26</b>	<b>24</b>	<b>100</b>

### **Самостійна робота здобувача вищої освіти**

Організовується шляхом видачі індивідуального переліку питань і практичних завдань з кожної теми, які не виносяться на аудиторне опрацювання та виконання індивідуального творчого завдання.

Самостійна робота здобувача є одним із способів активного, цілеспрямованого набуття нових для нього знань та умінь. Вона є основою його підготовки як фахівця, забезпечує набуття ним прийомів пізнавальної діяльності, інтерес до творчої роботи, здатність вирішувати наукові та практичні завдання.

Виконання здобувачем самостійної роботи передбачає, за необхідності, отримання консультацій або допомоги відповідного фахівця. Навчальний матеріал навчальної дисципліни, передбачений робочою програмою для засвоєння здобувачем у процесі самостійної роботи, виноситься на поточний і підсумковий контроль поряд з навчальним матеріалом, який опрацьовувався під час аудиторних занять. Організація самостійної роботи здобувачів передбачає: планування обсягу, змісту, завдань, форм і методів контролю самостійної роботи, розробку навчально-методичного забезпечення; виконання здобувачем запланованої самостійної роботи; контроль та оцінювання результатів, їх систематизацію, оцінювання ефективності виконання здобувачем самостійної роботи.

Індивідуальні завдання здобувач виконує самостійно під керівництвом викладача згідно з індивідуальним навчальним планом.

У випадку реалізації індивідуальної освітньої траєкторії здобувача заняття можуть проводитись за індивідуальним графіком.

### Види самостійної роботи

№з/п	Вид самостійної роботи	Години	Терміни виконання	Форма та метод контролю
1	Підготовка до лекційних та практичних занять	30	щотижнево	Усне та письмове опитування
2	Підготовка самостійних питань з тематики дисципліни	40	щотижнево	Усне та письмове опитування
3	Індивідуальні творчі завдання (виконання презентації за заданою проблемною тематикою)	15	1 раз на семестр	Спостереження за виконанням, обговорення, виступ з презентацією, усний захист
4	Підготовка до контрольних робіт та тестування	15	2 рази на семестр	Тестування
<b>Разом</b>		<b>100</b>		

### РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

#### Основна література

1. Асташова Олександра. Маркетинг майбутнього. Як гроуз-хакери змінюють правила гри. *НАШ ФОРМАТ*. 2018. 104 с.
2. Буднікевич І. Маркетинг у галузях і сферах діяльності. Навчальний посібник. *Центр навчальної літератури*. 2019. 536 с.
3. Забалдіна Ю.Б. Маркетинг у туризмі. *КНТЕУ*. 2020. 632 с.
4. Летуновська Н. Є., Люльов О. В.. Маркетинг у туризмі. *Сумський державний університет*. 2020. 270 с.
5. Мальська Марта. Основи маркетингу у туризмі. *Центр навчальної літератури*. 2019. 336 с.

6. Смирнов І.Г., Любіцева О.О. Маркетинг сталого туризму. Начальний посібник. *Ліра-К*. 2020. 256 с.

### **Додаткова література**

1. Азарян О.М. Ринок туристичних послуг: моніторинг і розвиток комплексу маркетингу: монографія. Донецьк. *ДонМУ*. 2015. 243 с.
2. Балабанова Л.В. Стратегічний маркетинг. Підручник. *Центр навчальної літератури*. 2019. 612 с.
3. Белкін І.В., Трапаїдзе С.М. Сучасні тенденції розвитку маркетингу у туризмі. *Актуальні питання в сучасній науці*. 2023. № 11 (17). С. 43-59.
4. Іванова Л. О. Маркетинг готельного і ресторанного господарства: навчальний посібник. Львів. *Видавництво Львівської комерційної академії*. 2014. 216 с.
5. Кудла Н.Є. Маркетинг туристичних послуг: навчальний посібник. Київ. *«Знання»*. 2014. 351 с.
6. Мельникова О.О. Маркетинг в туризмі. Навчально-методичний посібник. Старобільськ. *ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка»*. 2015. 152 с.
7. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: навч. посібник. Львів. *Львівський національний університет імені Івана Франка*. 2020. 347 с.
8. Фірсова С. Г. Маркетинг нововведень: Навчальний посібник. *Київський національний університет імені Т. Шевченка*. 2017. 150 с.
9. Філіп Котлер, Гермаван Катарджай та Іван Сетьяван. Маркетинг 4.0. *КМ-БУКС*. 2019. 207 с.
10. Храбатин О.І., Яворська Л.В. Маркетинг: Навчальний посібник. Київ. *Видавництво*. 2014. 284 с.

### **Інформаційні ресурси**

1. Тестові завдання з Маркетингового планування (внутрішній сайт ВНАУ). [http://socrates.vsau.org/b04213/literat/test\\_adm.php](http://socrates.vsau.org/b04213/literat/test_adm.php)
2. Методичні розробки (внутрішній сайт ВНАУ). <http://socrates.vsau.org/index.php/ua/pochatok-roboty-2/>
3. Верховна Рада України. <http://www.rada.gov.ua>.
4. Кабінет Міністрів України. URL : <http://www.kmu.gov.ua>.
5. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>
6. АгроДайджест. URL : <http://agronews.ua/agrodigest>

## **СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ТА ВИМОГИ ДО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

У кінці семестру, здобувач вищої освіти може набрати до 60% підсумкової оцінки за виконання всіх видів робіт, що виконуються протягом семестру, до 10% за показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності і до 30% підсумкової оцінки – за результатами підсумкового контролю.

## Розподіл балів за видами навчальної діяльності

№ з/п	Вид навчальної діяльності	Бали
<b>Атестація 1</b>		
1	Присутність на лекційних заняттях	5
2	Робота на практичних заняттях	15
3	Виконання контрольних робіт, тестування	5
4	Підготовка самостійних питань з тематики дисципліни	5
<b>Всього за атестацію 1</b>		<b>30</b>
<b>Атестація 2</b>		
1	Присутність на лекційних заняттях	5
2	Робота на практичних заняттях	15
3	Виконання контрольних робіт, тестування	5
4	Підготовка самостійних питань з тематики дисципліни	5
<b>Всього за атестацію 2</b>		<b>30</b>
<b>Показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності</b>		<b>10</b>
<b>Підсумкове тестування</b>		<b>30</b>
<b>Разом</b>		<b>100</b>

Якщо здобувач упродовж семестру за підсумками контрольних заходів набрав менше 35 балів, то він не допускається до заліку. Крім того, обов'язковим при мінімальній кількості балів за підсумками контрольних заходів є виконання індивідуальної творчої роботи (презентації).

Програма навчальної дисципліни передбачає врахування результатів неформальної та інформальної освіти при наявності підтверджуючих документів як окремі кредити вивчення навчальних дисциплін.

### Відповідність шкал оцінок якості засвоєння навчального матеріалу

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою для заліку
90-100	A	зараховано
82-89	B	
75-81	C	
66-74	D	
60-65	E	
35-59	FX	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни