

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**



**СИЛАБУС ОBOB'ЯЗKOBOTO OCBITHЬOTO KOМПОНЕНТУ**

**«МАРКЕТИНГ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО  
ГОСПОДАРСТВА»**

Мова навчання – *українська*

Шифр та найменування галузі знань **24 «Сфера обслуговування»**

Код та найменування спеціальності **241 «Готельно-ресторанна справа»**

Освітньо-професійна програма *Готельно-ресторанна справа*

Ступінь вищої освіти *бакалавр*

Затверджено на засіданні

Методичної Ради зі спеціальності **241 «Готельно-ресторанна справа»**  
«30» серпня 2023 р. протокол № 1.

Реєстраційний номер в навчальному відділі НЦООП

К 23-35

## 1. Загальна інформація

**Кафедра:** [Маркетингу, підприємництва і торгівлі](#)  
**Викладач:** **Значек Рафаела Рафаелівна**, доцент кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі, кандидат технічних наук



### [Профайл](#)

**Контакти:**  
rafaehlab88@gmail.com,  
048-712-41-03

Освітній компонент викладається на 2 курсі у 3 семестрі

**Кількість: кредитів - 4, годин – 120**

Аудиторні заняття, годин:	всього	лекції	практичні
денна	42	16	26
заочна	16	8	8
<b>Самостійна робота, годин</b>	Денна – 78		Заочна – 104

### [Розклад занять](#)

## 2. Анотація освітнього компоненту

Освітній компонент (ОК) «МАРКЕТИНГ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА».

Маркетинг готельно-ресторанного господарства – це система управління й організації діяльності по розробці, створенню, просуванню та продажу готельного продукту, орієнтована на задоволення потреб споживача, і на забезпечення досягнення поставлених цілей керівництва готелю.

Мета маркетингу готельно-ресторанного господарства полягає у формуванні у студентів сучасної цілісної системи поглядів та спеціальних знань у сфері маркетингу, набуття практичних навичок та формування у студентів компетенції фахівців галузі готельно-ресторанного господарства в нових ринкових умовах.

Основним завданням вивчення дисципліни є вивчення сутності й видів маркетингу, теоретичних аспектів управління маркетингом; засвоєння методичних засад проведення маркетингових досліджень, сегментації споживачів ринків готельного і ресторанного бізнесу, вибору цільових ринків та позиціонування товару (фірми) на ринку; засвоєння знань та набуття практичних навичок з формування ефективного комплексу маркетингу; засвоєння знань щодо розробки стратегії та планів маркетингу, контролю та організації маркетингової діяльності на підприємствах готельного і ресторанного господарства.

## 3. Мета освітнього компоненту

Метою освітнього компоненту є формування сучасної системи поглядів та спеціальних знань у галузі маркетингу, набуття практичних навичок щодо просування послуг на ринку готельного і ресторанного бізнесу з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємства.

В результаті вивчення дисципліни студенти повинні

**знати :**

- сутність й основні види маркетингу;
- теоретичні аспекти управління маркетингом;
- методичні засади проведення маркетингових досліджень;
- принципи сегментації споживачів ринків готельного і ресторанного бізнесу та вибору цільових ринків та позиціонування товару (фірми) на ринку

**вміти :**

- формувати ефективний комплекс маркетингу;
- розробляти стратегії та плани маркетингу;

- контролювати та організувати маркетингову діяльність на підприємствах готельного і ресторанного господарства;

#### **4. Компетентності та програмні результати навчання**

У результаті вивчення освітнього компоненту «МАРКЕТИНГ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА» здобувач вищої освіти отримує наступні програмні компетентності та програмні результати навчання, які визначені в [Стандарті вищої освіти зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»](#) та освітньо-професійній програмі [«Готельно-ресторанна справа»](#) підготовки бакалаврів.

##### **Інтегральна компетентність**

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 характеризуються комплексністю та невизначеністю умов.

##### **Загальні компетентності:**

ЗК1. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, вести здоровий спосіб життя

ЗК3. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями

ЗК4. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій

ЗК8. Навики здійснення безпечної діяльності

ЗК9. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу

ЗК10. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях

##### **Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:**

СК2. Здатність організувати сервісно-виробничий процес з урахуванням вимог і потреб споживачів та забезпечувати його ефективність.

СК3. Здатність використовувати на практиці основи діючого законодавства в сфері готельного та ресторанного бізнесу та відстежувати зміни.

СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

СК4. Здатність формувати та реалізувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії.

СК5. Здатність управляти підприємством, приймати рішення у господарській діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

СК8. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організувати споживання готельних та ресторанних послуг для різних сегментів споживачів.

СК10. Здатність працювати з технічною, економічною, технологічною та іншою документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом готельного та ресторанного бізнесу.

СК11. Здатність виявляти, визначати й оцінювати ознаки, властивості і показники якості продукції та послуг, що впливають на рівень забезпечення вимог споживачів у сфері гостинності.

СК12. Здатність ініціювати концепцію розвитку бізнесу, формулювати бізнес-ідею розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

### Програмні результати навчання:

ПРН4. Аналізувати сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності та рекреаційного господарства

ПРН7. Організувати процес обслуговування споживачів готельних та ресторанних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки

ПРН8. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами готельних та ресторанних послуг

ПРН11. Застосовувати сучасні інформаційні технології для організації роботи закладів готельного та ресторанного господарства.

## 5. Інформаційний обсяг освітнього компоненту

### 5.1 Перелік лекційних завдань

Тема	Зміст теми	Кількість годин	
		денна	заочна
<b>Змістовий модуль 1. Основи маркетингу готельного і ресторанного господарства та інструменти проведення маркетингових досліджень</b>			
1	<b>Особливості маркетингу готельного і ресторанного господарства.</b> Сутність маркетингу та основні поняття. Управління маркетингом та основні концепції управління. Складові маркетингового комплексу.	2	1
2	<b>Маркетингові дослідження.</b> Маркетингове середовище: сутність, склад, характеристика. Поняття маркетингової інформації, вимоги, що ставляться до неї, класифікація, значення маркетингової інформації. Сутність, класифікація і процес маркетингових досліджень. Сегментації ринку. Стратегії охоплення ринку.	2	1
3	<b>Сутність та специфіка маркетингу послуг.</b> Особливості сфери послуг. Специфіка маркетингу послуг. Характеристика послуг та їх класифікація.	4	1
4	<b>Цінова політика підприємств готельного та ресторанного господарства.</b> Методи та стратегії ціноутворення ресторану. Основні методи та стратегії ціноутворення на ринку гостинності.	2	1
<b>Змістовий модуль 2. Маркетинговий комплекс підприємств індустрії туризму</b>			
5	<b>Політика розповсюдження послуг підприємств готельного та ресторанного господарства.</b> Особливості розподілу послуг підприємств готельного та ресторанного господарства. Розташування сервісного підприємства. Структура території обслуговування. Вибір розташування підприємства готельного та ресторанного господарства.	2	2
6	<b>Комунікаційна політика підприємств готельного та ресторанного господарства.</b> Особливості просування послуг підприємств готельного та ресторанного господарства. Сутність просування послуг та його складові.	2	1
7	<b>Планування маркетингу підприємств готельного та ресторанного бізнесу.</b> Маркетинговий план та його структура. Складові маркетингового плану. Розробка бюджету маркетингу послуг.	2	1
<b>Разом за ОК:</b>		<b>16</b>	<b>8</b>

## 5.2 Перелік практичних робіт

№ з/п	Назва практичної роботи	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Закони, що діють на ринку (Попит. Закон попиту)	2	1
2	Закони, що діють на ринку (Пропозиція. Закон пропозиції)	2	1
3	Рівновага на ринку	2	1
4	Концепція маркетинг-мікс	2	
5	Товар, як елемент комплексу маркетингу	2	1
6	Позиціонування товару	2	1
7	Маркетингові дослідження конкурентів	2	1
8	Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку та можливостей підприємств	2	
9	Сегментація ринку	2	1
10	Маркетингова інформація	2	1
11	Дослідження поведінки споживачів	2	
12	Маркетингові комунікації	2	
13	Мерчандайзинг і його роль в сучасному ресторанному господарстві	2	
<b>Всього за ОК:</b>		26	8

## 5.3 Перелік завдань до самостійної роботи

№	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1.	Написання реферату та виступ з презентацією на наступні теми: 1. Роль маркетингу в стратегічному плануванні. 2. Сутність брендингу як процесу комплексного управління торговою маркою. 3. Законодавчо-правове регулювання біржової діяльності. 4. Роль і місце біржової торгівлі у формуванні аграрного ринку. 5. Засоби реалізації маркетингу в готельному господарстві. 6. Інформаційні технології в маркетингу готельних підприємств. 7. Внутрішнє та зовнішнє середовище готельних підприємств. 8. Проблеми ресторанного бізнесу в Україні. 9. Стратегічні дослідження поведінки споживача. 10. Маркетингова збутова стратегія туристичних підприємств.	48	74
2.	На основі конкурентного профілю необхідно побудувати багатокутник конкурентоспроможності - графік, який дозволить представити положення всіх конкурентів в наочному вигляді. Згідно з результатами проведеного аналізу конкурентоспроможності закладу запропонуйте комплекс заходів, спрямованих на поліпшення обслуговування клієнтів.	30	30
<b>Всього за ОК:</b>		78	104

## 6. Система оцінювання та вимоги

Контроль успішності навчання здобувача проводиться у формах вхідного, поточного і підсумкового контролів.

Вхідний контроль якості навчання здійснюється на початку курсу проведенням перевірки залишкових знань здобувачів за ОК, що забезпечують вивчення даного освітнього компоненту (діагностика первинних знань здобувачів).

Формами поточного контролю є:

- *тестування знань здобувачів з певних тем або з певних окремих питань ОК;*
- *виконання і захист практичних робіт і завдань до самостійної роботи;*

- усне опитування за окремими темами;
- модульна контрольна робота;

Підсумковий контроль – **екзамен**.

**Нарахування балів:**

Вид роботи, що підлягає контролю	Максимальна кількість оціночних балів	
	Денна	Заочна
<b>Змістовний модуль 1. Основи маркетингу готельного і ресторанного господарства та інструменти проведення маркетингових досліджень</b>		
Лекційний курс*	7	7
Практичні роботи*	12	15
Самостійна робота (у вигляді індивідуальних завдань)*	6	3
Тестування*	10	10
Всього за змістовний модуль 1	<b>35</b>	<b>35</b>
<b>Змістовний модуль 2. Маркетинговий комплекс підприємств індустрії туризму</b>		
Лекційний курс*	7	7
Практичні роботи*	14	9
Самостійна робота (у вигляді індивідуальних завдань)*	4	9
Тестування*	10	10
Всього за змістовний модуль 2	<b>35</b>	<b>35</b>
Екзамен	<b>30,0</b>	<b>30,0</b>
Всього	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

\*Є можливість визнання результатів неформальної освіти відповідно до п.2 [Положення про порядок перезарахування результатів навчання \(навчальних дисциплін\) в Одеському національному технологічному університеті](#).

**Критерії оцінювання програмних результатів навчання здобувачів**

**Підсумковий контроль – екзамен**

27-30 балів	якщо здобувач демонструє повні й глибокі знання навчального матеріалу, достовірний рівень розвитку умінь і навичок, правильне й обґрунтоване формулювання практичних висновків, уміння приймати необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях, вільне володіння науковими термінами, високу комунікативну культуру	відмінно
23-26 балів	якщо здобувач виявляє дещо обмежені знання навчального матеріалу, допускає окремі несуттєві помилки й неточності	дуже добре
18-22 бали	якщо здобувач засвоїв основний навчальний матеріал, володіє необхідними уміннями та навичками для вирішення стандартних завдань, проте при цьому допускає неточності, не виявляє самостійності суджень, демонструє недоліки комунікативної культури	задовільно
0-17 балів	якщо здобувач не володіє необхідними знаннями, уміннями й навичками, науковими термінами, демонструє низький рівень комунікативної культури	незадовільно

### Контрольні заходи під час лекційного курсу

<i>Бали</i>	<i>Критерії оцінювання</i>	<i>Оцінка</i>
<b>12-14</b>	Здобувач відвідував 90-100 % лекційних занять, надавав повні та обґрунтовані відповіді на питання лектора стосовно аспектів лекції, що вимагають знань з базових дисциплін або попередніх тем під час експрес-опитування, брав активну за власною ініціативою участь у дискусії під час лекції з проблемних аспектів теми лекції, ставив проблемні запитання, брав участь в обґрунтовуванні висновків-резюме за підсумками розгляду теми лекції чи окремих питань	відмінно
<b>9-11</b>	Здобувач відвідував 80-90 % лекційних занять, надавав вірні відповіді на питання лектора стосовно аспектів лекції, що вимагають знань з базових дисциплін, брав участь у дискусії під час лекції з проблемних аспектів теми лекції, ставив уточнюючі запитання за підсумками прослуханої лекції	дуже добре
<b>6-8</b>	Здобувач відвідував 60-80 % лекційних занять, надавав достатньо вірні відповіді на питання лектора стосовно аспектів лекції, що вимагають знань з базових дисциплін, періодично брав участь у дискусії під час лекції з проблемних аспектів теми лекції, ставив уточнюючі запитання за підсумками прослуханої лекції	добре
<b>3-5</b>	Здобувач відвідував не менше 50 % лекційних занять, надавав достатні, але не обґрунтовані відповіді на питання лектора стосовно аспектів лекції, що вимагають знань з базових дисциплін, періодично брав участь у дискусії під час лекції з проблемних аспектів теми лекції	достатньо
<b>0-2</b>	Здобувач відвідував не більше 50% лекційних занять, не брав участі в експрес-опитуваннях щодо базових аспектів теми лекції та не брав участі у дискусіях з проблемних аспектів лекції	незадовільно

### Практичні роботи (оцінювання однієї практичної роботи – денна форма навчання – 13 практичних робіт)

<b>2,0 – 1,8 балів</b>	<i>Практична відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді</i>	відмінно
<b>1,7 - 1,5 балів</b>	<i>Практична відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності</i>	дуже добре
<b>1,4 – 1,2 балів</b>	<i>Практична відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки</i>	добре
<b>1,1 – 0,8 балів</b>	<i>Практична відпрацьована, відповіді незадовільні, допущені грубі помилки</i>	достатньо
<b>0,7 – 0 балів</b>	<i>Практична не відпрацьована або дані незадовільні відповіді</i>	незадовільно

### Практичні роботи (оцінювання однієї практичної роботи – заочна форма навчання – 8 практичних робіт)

<b>3,0 – 2,8 балів</b>	<i>Практична відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді</i>	відмінно
<b>2,7 - 2,5 балів</b>	<i>Практична відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності</i>	дуже добре
<b>2,4 – 1,9 балів</b>	<i>Практична відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки</i>	добре
<b>1,8 – 1,2 балів</b>	<i>Практична відпрацьована, відповіді незадовільні, допущені грубі помилки</i>	достатньо
<b>1,1 – 0 балів</b>	<i>Практична не відпрацьована або дані незадовільні відповіді</i>	незадовільно

**Самостійна робота (оцінювання однієї самостійної роботи денна форма навчання – 2 роботи)**

<b>5,0 – 4,5 балів</b>	<i>Самостійна відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді</i>	відмінно
<b>4,4 - 3,1 балів</b>	<i>Самостійна відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності</i>	дуже добре
<b>3,0 – 2,3 балів</b>	<i>Самостійна відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки</i>	добре
<b>2,2 – 1,7 балів</b>	<i>Самостійна відпрацьована, відповіді незадовільні, допущені грубі помилки</i>	достатньо
<b>1,6 – 0 балів</b>	<i>Самостійна не відпрацьована або дані незадовільні відповіді</i>	незадовільно

**Самостійна робота (оцінювання однієї самостійної роботи заочна форма навчання – 2 роботи)**

<b>6,0 – 5,5 балів</b>	<i>Самостійна відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді</i>	відмінно
<b>5,4 - 3,9 балів</b>	<i>Самостійна відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності</i>	дуже добре
<b>3,8 – 3,3 балів</b>	<i>Самостійна відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки</i>	добре
<b>3,2 – 2,7 балів</b>	<i>Самостійна відпрацьована, відповіді незадовільні, допущені грубі помилки</i>	достатньо
<b>2,6 – 0 балів</b>	<i>Самостійна не відпрацьована або дані незадовільні відповіді</i>	незадовільно

**Тестування (в процесі модульного контролю)**

<b>10,0-8,0</b>	<i>100 - 81 % правильних відповідей</i>	відмінно
<b>7,0 -6,0</b>	<i>80 – 64 % правильних відповідей</i>	дуже добре
<b>5,0 – 4,0</b>	<i>63 – 55 % правильних відповідей</i>	добре
<b>3,0 – 2,0</b>	<i>54 – 43 % правильних відповідей</i>	достатньо
<b>1 – 0</b>	<i>42 – 0 % правильних відповідей</i>	незадовільно

**7. Засоби діагностики успішності навчання**

**Методи навчання**, які використовуються у процесі проведення занять, а також самостійних робіт за ОК:

**Лекційні заняття:** *Словесні методи: розповідь, пояснення, бесіда, дискусія; Наочні: ілюстрація, спостереження, демонстрація; пояснювально-демонстративний метод, проблемний виклад.*

**Практичні заняття:** *аналіз конкретних ситуацій (проблемних, звичайних, нетипових); групове обговорення питання; дискусії, виконання ситуаційно-розрахункових задач, інтерактивні методи навчання (проблемне навчання, робота в малих групах, кейс-метод, мозговий штурм, проектний метод), тренінг, технології ситуативного моделювання, технології опрацювання дискусійних питань*

**Самостійна робота:** *робота з навчально-методичними матеріалами, робота зі статистично-аналітичними звітами, складання планової та звітної документації, науково-дослідна робота студентів (методи пізнання, аналогій, оцінка, ілюстрація тощо), складання скетчів за темами лекцій, реферування, конспектування)*



## 8. Інформаційні ресурси

### Базові (основні):

1. Маркетинг, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку [Текст]: кол. монографія / відп. ред. М. Р. Мардар; відп. секретар О. В. Євтушок; Одес. нац. акад. харч. технологій, Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. – Одеса: Лерадрук, 2020. – 757 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.1626597>

2. Кордзая Н.Р. Основи інтернет-маркетингу [Текст]: навч. посіб. Ч. 1 – Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2018. – 184 с.

<https://elc.library.onaft.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ-cnv.BibRecord.166974>

3. Бородкіна І. Л., Бородкін Г.О. Web-технології та Web-дизайн: застосування мови HTML для створення електронних ресурсів [Текст]: навч. посіб.; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. – Київ: Ліра-К, 2020. – 212 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.1625020>

4. Мальська М. П., Кізіма В. Л., Жук І.З. Управління сферою готельного господарства: теорія та практика [Текст]: підручник; Львів. нац. ун-т ім. Франка. – Київ: ЦУЛ, 2021. – 336 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.1736473>

5. Сенишин О. С., Кривешко О.В. Маркетинг [Електронний ресурс]: навч. посіб.; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – Львів, 2020. – 347 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.1805993>

6. Ларіна Я.С., Бабічева О.І., Забуранна Л.В. та ін. Маркетинг міжнародного туризму [Текст] : навч. посіб.; за ред. Я. С. Ларіної. – Херсон: Видавничий дім "Гельветика", 2019. – 412 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.1663492>

7. Кордзая Н. Р. Конспект лекцій "Інтернет-маркетинг" [Електронний ресурс] : для студентів спец. 075 "Маркетинг" 076 "Підприємництво, торгівлі та біржова діяльність"; відп. за вип. В. В. Лагодієнко; Каф. маркетингу, підприємництва та торгівлі. – Одеса: ОНАХТ, 2020. – Електрон. текст. дані: 30 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.1671508>

8. Лозовська Г. М., Значек Р.Р. Конспект лекцій з курсу "Маркетинг послуг" [Електронний ресурс] : для студентів спец. 075 "Маркетинг" ден. та заоч. форми навчання; відп. за вип. В. В. Лагодієнко ; Каф. маркетингу, п.і. торгівлі. – Одеса: ОНАХТ, 2022. – Електрон. текст. дані: 68 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.1731263>

9. Данченко О.Б., Дзюба Т.В. Маркетингові дослідження у проектах: навч. посіб. / Ун-т економіки та права "КРОК". – Київ, 2021. – 224 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.2062669>

10. Маркетингові системи розподілу [Текст] : навч. посіб. / Л. С. Безугла, І. В. Перезова, В. В. Лагодієнко та ін. ; Нац. техн. ун-т "Дніпров. політехніка", Івано-Франків. нац. техн. ун-т нафти і газу, Одес. нац. технол. ун-т, Дніпров. держ. аграр.-екон. ун-т. – Дніпро : Грані, 2022. – 244 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.2069311>

### Додаткова:

1. Іванечко Н. Р., Процишин Ю.Т., Никитишин Т.В. Цифрові технології в роздрібній торгівлі: зарубіжний та Український досвід [Текст] // Економіка харчової промисловості: наук. журн. – 2020. – Т. 12, № 1. – С. 77-85

2. Іванченкова Л. В., В. Ю. Скляр. Конспект лекцій з дисципліни "Бізнес планування в сфері гостинності" [Електронний ресурс] : для магістрів за спец. 241 "Готельно-ресторанна справа"; відп. за вип. А. К. Д'яконова; Каф. готельно-ресторанного бізнесу. – Одеса: ОНАХТ, 2020. – Електрон. текст. дані: 29 с.

3. Мунтян І. В., Євтушок О.В., Гнатівська Д.О. Соціальна реклама в Україні: сучасні реалії та перспективи розвитку [Текст] // Економіка харчової промисловості. – 2020. – т. 12, № 2. – С. 55-61.

4. Нікішина О. В., Тараканов М. Л. Маркетинговий вимір механізмів логістичної

взаємодії у ланцюгах товарних ринків // Економіка харчової промисловості: наук. журн. – 2021. – Т. 13, № 2. – С. 39-49.

### **9. Політика освітнього компоненту**

Політика всіх освітніх компонент в ОНТУ є уніфікованою та визначена з урахуванням законодавства України, [Корпоративному кодексу ОНТУ](#), [Кодексу академічної доброчесності ОНТУ](#), [Положення про організацію освітнього процесу ОНТУ](#), [Положення про порядок перезарахування результатів навчання \(навчальних дисциплін\) в ОНТУ](#), [вимог ISO 9001:2015](#) та [роботодавців](#).

Викладач /ПІДПИСАНО/ Рафаела ЗНАЧЕК

Розглянуто та затверджено на засіданні кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі

Протокол від «17» серпня 2023 р. № 1

Завідувач кафедри /ПІДПИСАНО/ Володимир ЛАГОДІЄНКО

ПОГОДЖЕНО:

Гарант ОП *Маркетинг та Digital-комунікації*  
доцент, кафедра МПіТ /ПІДПИСАНО/ Рафаела ЗНАЧЕК