ЛЬВІВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІЗНЕСУ ТА ПРАВА

СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ»

ОК 06

Рівень вищої освіти	**другий (магістерський)**
Спеціальність	**J2 Готельно-ресторанна справа та кейтеринг**
Освітньо-професійна програма	Менеджмент готельно-ресторанної справи
Кваліфікація	Магістр з готельно-ресторанної справи та кейтерингу
Рік навчання	1
Семестр	1
Форма навчання	денна
Кількість кредитів ЄКТС	3
Мова викладання	українська

Лектор дисципліни Янковська Л.А.

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна «Інноваційний маркетинг-менеджмент у сфері гостинності» формує у здобувачів вищої освіти здатність управляти маркетинговою діяльністю – розробляти, реалізовувати й контролювати маркетингові рішення для закладів гостинності, туристичних і рекреаційних підприємств із використанням цифрових технологій, аналітики даних та інноваційних інструментів комунікації зі споживачами.

Вивчаються маркетингові дослідження та моніторинг кон'юнктури ринку готельних і ресторанних послуг, сегментація й позиціонування, розроблення інноваційних пакетних пропозицій з урахуванням сезонності попиту, бренд закладу й дестинації, цифровий і контент-маркетинг, онлайн-дистрибуція та управління онлайн-репутацією, CRM і програми лояльності, а також оцінювання ефективності маркетингових інновацій. Окремо розглядаються особливості маркетингу в умовах воєнного стану та відновлення внутрішнього туризму.

Метою дисципліни є формування системи знань і практичних навичок щодо застосування інноваційних маркетингових підходів і цифрових технологій для розроблення, позиціонування, просування й реалізації туристичних, відпочинкових, готельних і ресторанних послуг та оцінювання результативності маркетингових рішень.

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Тема	Години (лек./практ./сам.)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
Тема 1. Інноваційний маркетинг у сфері туризму та гостинності.	2/2/–	Знати: сутність і види маркетингових інновацій; концепції маркетингу 4.0 і 5.0; тренди поведінки споживачів туристичних і відпочинкових послуг. Вміти: визначати тип маркетингової інновації та обґрунтовувати її доцільність для закладу.	Питання, тести, виконання самостійної роботи	5
Тема 2. Маркетингові дослідження та моніторинг кон'юнктури ринку.	2/2/–	Знати: методи маркетингових досліджень; джерела даних про ринок готельних і ресторанних послуг; інструменти аналітики великих даних. Вміти: організовувати моніторинг кон'юнктури ринку; інтерпретувати дані для управлінських рішень.	Питання, тести, виконання самостійної роботи, методичні завдання.	5
Тема 3. Сегментація, позиціонування та клієнтський досвід.	2/2/–	Знати: критерії сегментації споживачів; стратегії позиціонування; карту клієнтського шляху (customer journey map). Вміти: визначати цільові сегменти; проєктувати клієнтський досвід і персоналізовані пропозиції.	Питання, тести, виконання самостійної роботи, методичні завдання.	5
Тема 4. Інноваційний продукт і пакетні пропозиції.	2/2/–	Знати: етапи розроблення нового туристичного й відпочинкового продукту; принципи формування пакетних пропозицій; методи управління сезонністю попиту. Вміти: розробляти пакетну пропозицію закладу та паспорт маркетингового проєкту.	Питання, тести, виконання самостійної роботи, методичні завдання.	5
Тема 5. Бренд закладу гостинності та дестинації.	2/2/–	Знати: складові бренду та бренд-платформу; брендинг дестинацій і співпрацю з територіальними громадами. Вміти: розробляти елементи бренду закладу та комунікаційну стратегію.	Питання, тести, виконання самостійної роботи, методичні завдання.	5
Тема 6. Цифровий і контент-маркетинг.	2/2/–	Знати: інструменти SMM, контент- та інфлюенс-маркетингу, пошукової оптимізації й контекстної реклами; застосування ШІ в маркетингових комунікаціях. Вміти: розробляти контент-план і цифрову кампанію закладу.	Питання, тести, виконання самостійної роботи, методичні завдання.	5
Тема 7. Онлайн-дистрибуція та управління онлайн-репутацією.	2/2/–	Знати: онлайн-агенції бронювання, метапошук, менеджер каналів продажу, пряме бронювання; методи моніторингу відгуків. Вміти: формувати структуру каналів продажу; розробляти процедуру відповідей на відгуки гостей.	Питання, тести, виконання самостійної роботи, методичні завдання.	5
Тема 8. CRM, лояльність і оцінювання ефективності маркетингових	2/2/–	Знати: CRM-системи та програми лояльності; показники результативності маркетингу (ROI, вартість залучення клієнта, NPS); особливості маркетингу в умовах воєнного стану. Вміти: оцінювати	Питання, тести, виконання самостійної роботи, методичні	5

інновацій.		ефективність маркетингових заходів; обґрунтовувати антикризові маркетингові рішення.	завдання.	
Теми для самостійного вивчення	–/–/58	Стартапи та маркетингові інновації в туризмі. Фінансування маркетингових проєктів. Маркетинг сталого туризму та зелена сертифікація. Сільський (зелений) туризм і заміський відпочинок. Подієвий маркетинг. Нейромаркетинг і поведінкова економіка. Маркетинг для іноземних гостей. Відновлення внутрішнього попиту в умовах воєнного стану. Етичні ризики використання ШІ та персональних даних у маркетингу.	–	–
Всього	16/16/58			
			Всього балів за поточний контроль	**40**
			Залікова оцінка	**60**
			Всього	**100**

ПРОГРАМНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ

Інтегральна компетентність	Здатність розв’язувати складні задачі дослідницького та/або інноваційного характеру у сфері готельно-ресторанної справи та кейтерингу.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК3. Здатність до аналізу, оцінки, синтезу, генерування нових ідей. ЗК5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	СК1. Здатність застосовувати науковий, аналітичний, методичний інструментарій, використовувати міждисциплінарні дослідження аналізу стану розвитку глобальних та локальних ринків готельних та ресторанних послуг для розв’язання складних задач розвитку готельного і ресторанного бізнесу. СК2. Здатність систематизувати та синтезувати інформацію для врахування крос-культурних особливостей функціонування суб’єктів готельного та ресторанного бізнесу. СК4. Здатність створювати і впроваджувати продуктові, сервісні, організаційні, соціальні, управлінські, інфраструктурні, маркетингові інновації у господарську діяльність суб’єктів готельного та ресторанного бізнесу. СК6. Здатність координувати та регулювати взаємовідносини з партнерами та споживачами. СК7. Здатність до підприємницької діяльності. СК11. Здатність до самостійного опанування новими знаннями, використання інноваційних технологій у сфері готельного та ресторанного бізнесу.
Програмні результати навчання (ПРН)	ПРН03. Розробляти, впроваджувати та застосовувати сучасні методи оцінювання ефективності впровадження інновацій в готельно-ресторанному бізнесі. ПРН04. Здійснювати моніторинг кон’юнктури ринку готельних та ресторанних послуг. ПРН05. Оцінювати нові ринкові можливості, формулювати бізнес-ідеї та розробляти маркетингові заходи за невизначених умов і вимог, що потребують застосування нових підходів, методів та інструментарію

	соціально-економічних досліджень. ПРН07. Досліджувати моделі розвитку міжнародних та національних готельних і ресторанних мереж (корпорацій). ПРН08. Ініціювати, розробляти та управляти проектами розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу із врахуванням інформаційного, матеріального, фінансового та кадрового забезпечення. ПРН11. Здійснювати дослідження та/або провадити інноваційну діяльність з метою отримання нових знань та створення нових технологій та видів послуг (продукції) в сфері готельно-ресторанного бізнесу та в ширших мультидисциплінарних контекстах.
Методи навчання і оцінювання	ПРН03 – аналіз маркетингових метрик і цифрової аналітики; контроль – розрахункове завдання, тест. ПРН04 – маркетингове дослідження ринку туристичних послуг; контроль – аналітичний звіт. ПРН05 – мозковий штурм, розроблення маркетингових заходів для нового продукту за невизначених умов; контроль – захист маркетингового плану. ПРН07 – аналіз брендів і моделей дистрибуції міжнародних та національних готельних і ресторанних мереж; контроль – аналітична записка. ПРН08 – проєктна робота: маркетинговий план інноваційного продукту; контроль – захист проєкту. ПРН11 – кейс-метод, мозковий штурм (нові пакетні пропозиції); контроль – розв'язання кейсу, презентація. Підсумковий контроль – залік.

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів та перескладання	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
Політика щодо академічної доброчесності	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонено (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Використання інструментів генеративного штучного інтелекту допускається лише в межах, визначених викладачем, з обов'язковим зазначенням інструмента та способу його використання; письмові роботи можуть перевірятися на академічний плагіат. Курсові роботи, реферати повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу.
Політика щодо відвідування	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально.

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Оцінка за національною шкалою	**Сума балів за всі види навчальної діяльності**	**Оцінка ECTS**
відмінно	90 – 100	A
добре	82 – 89	B
	74 – 81	C
задовільно	64 – 73	D
	60 – 63	E
незадовільно з можливістю повторного складання	35 – 59	FX
незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	0 – 34	F

ЛІТЕРАТУРА ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ДЖЕРЕЛА

Основна література	1. Інновінг в туризмі: монографія / А.А. Мазаракі, С.В. Мельниченко, Г.І. Михайліченко, Т.І. Ткаченко та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 532 с. 2. Копитко М.І. Управління інноваціями: навчальний посібник для самостійного вивчення дисципліни у схемах і таблицях. Львів: ЛьвДУВС, 2019. 292 с. 3. Крупіца І. В., Жигайло О. М., Байрачна О. К. Маркетингова стратегія розвитку регіонів України шляхом впровадження фестивального туризму. Маркетинг, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку : колект. моногр. Роздільна : Лерадрук, 2020. 4. Лагодієнко В. В., Меліх О. О., Саркісян Г. О. Інноваційний вплив на регіональні туристичні ринки. Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва. Серія: Економічні науки. 2020. № 1. С. 366–377. 5. Krupa O., Panchenko V., Dydiv I., Borutska Y., Shcherbatiuk N. Information and Communication Technologies for the Innovative Development of Tourism Training in the Context of COVID-19. IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security. 2022. Vol. 22, No. 1. P. 262–268. DOI: https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2022.22.1.36

	6. Kotler P., Bowen J. T., Baloglu S. Marketing for Hospitality and Tourism. 8th ed. [S. l.] : Pearson Education, 2022. 686 p. 7. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 5.0: Technology for Humanity. Hoboken, NJ : Wiley, 2021. 224 p. 8. Buhalis D., Sinarta Y. Real-time co-creation and nowness service: lessons from tourism and hospitality. Journal of Travel & Tourism Marketing. 2019. Vol. 36, No. 5. P. 563–582. DOI: https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1592059
Інформаційні ресурси	1. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація. URL: https://dnaop.com/html/34057/doc-%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3_4281_2004 ДСТУ 4268:2003. Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги. URL: https://dnaop.com/html/44076/doc-%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3_4268_2003 ДСТУ 4527:2006. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення. URL: https://dnaop.com/html/59525/doc-%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3_4527_2006 UN Tourism (UNWTO) – офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації ООН: новини, статистика, публікації з інноваційного розвитку туризму. URL: https://www.untourism.int/ Krupa O., Panchenko V., Dydiv I., Borutska Y., Shcherbatiuk N. Information and Communication Technologies for the Innovative Development of Tourism Training in the Context of COVID-19. IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security. 2022. Vol. 22, No. 1. P. 262–268. DOI: 10.22937/IJCSNS.2022.22.1.36