

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи**

СИЛАБУС

**ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ ПОСЛУГ ГОСТИННОСТІ /
CONSUMER BEHAVIOR OF HOSPITAL SERVICES**

Інформація про викладача	
Викладач(-і)	Онищук Наталя Вікторівна
Науковий ступінь	кандидат економічних наук
Вчене звання	доцент
Посада	доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Адреса кафедри	м. Вінниця, вул. Соборна, 87, каб. 50, 51
Контактний телефон	(0432) 55-04-10
Е-mail:	kafedraturizma08@ukr.net
Електронна сторінка курсу в системі дистанційного навчання	http://sun.vtei.com.ua/enrol/index.php?id=962
Консультації	проводяться щоп'ятниці, впродовж семестру о 15.00; групові або одноосібні
Інформація про дисципліну	
Освітній ступінь	-
Галузь знань	-
Спеціальність	-
Освітня програма	-
Навчальний рік	2022-2023 н. р.
Семестр	-
Факультет	-
Курс	-
Групи	-
Анотація курсу	<p>Метою вивчення дисципліни «Поведінка споживачів послуг гостинності» є формування сучасної системи поглядів та спеціальних знань з поведінки споживачів.</p> <p>В результаті навчання здобувачі мають набути практичних навичок щодо вироблення, розвитку та збагачення прийомів та методів досліджень поведінки покупців на споживчих ринках та на ринках індустрії гостинності.</p>
Мова викладання	українська
Місце дисципліни в освітній програмі	
Освітня програма (ОП)	-

Перелік загальних (ЗК) та спеціальних (фахових, предметних) (ФК) компетентностей	<ol style="list-style-type: none"> 1. Здатність приймати нестандартні рішення, вирішувати проблемні ситуації в рамках професійної компетенції. 2. Здатність застосовувати сучасні методи і методики дослідження, проводити дослідження споживачів на відповідному рівні. 3. Здатність спілкуватися з представниками різних професійних груп. 4. Використання інформаційно-комунікаційних технологій для пошуку, оброблення, аналізу інформації з різних джерел. 5. Здатність організовувати та мотивувати людей рухатися до спільної мети, працювати в команді. 6. Уміння обґрунтовувати та оцінювати нові ринкові можливості розвитку бізнесу, формулювати бізнес-ідею. 7. Здатність до ефективного використання та розвитку людських ресурсів в організації. 8. Уміння обґрунтовувати використання та впроваджувати інноваційні технології в операційну діяльність суб'єкта бізнесу. 9. Здатність оцінювати вплив факторів внутрішнього та підприємницького середовища на реалізацію бізнес-проектів.
Перелік програмних результатів навчання (ПРН)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Здатність обґрунтовувати та приймати рішення щодо розвитку готельного, ресторанного, туристичного бізнесу. 2. Здатність самостійно здійснювати підготовку завдань, розробляти проектні рішення та оцінювати їх ефективність з урахуванням фактора невизначеності. 3. Уміння діагностувати та удосконалювати бізнес-процеси. 4. Здатність критично аналізувати, оцінювати, синтезувати нові ідеї щодо інноваційних та інвестиційних можливостей розвитку суб'єкта готельного, ресторанного, туристичного бізнесу. 5. Здатність впроваджувати креативні технології обслуговування споживачів. 6. Здатність здійснювати оригінальні дослідження, інтерпретувати та презентувати одержані результати. 7. Здатність до формування взаємовідносин на професійному та соціальному рівнях. 8. Здатність забезпечувати захист прав споживачів.
Пререквізити дисципліни (що треба знати, з чим ознайомитися студенту перед вивченням дисципліни)	Вивчення дисципліни «Поведінка споживачів послуг гостинності» передбачає наявність у здобувачів знань з готельної та ресторанної справи, організації туризму та екскурсійної справи.

Тематичний план та оцінювання результатів навчання

Тематичний план (схема вивчення курсу)	Назва теми	Кількість годин			Форми контролю	
		Усього годин / кредитів	з них			
			лекції	практичні/ лабораторні заняття		самостійна робота студентів
	Тема 1. Поведінка споживачів в умовах економічного обміну	14	2	2	10	УО, ІЗ
	Тема 2. Поняття, структура і сутність поведінки споживачів	14	2	2	10	УО, ІЗ
	Тема 3. Фактори зовнішнього впливу на поведінку споживачів	18	4	4	10	УО, КТ, ВЗ, РФ
	Тема 4. Фактори внутрішнього впливу на поведінку споживачів	24	4	4	16	УО, ПТ, РФ
	Тема 5. Процес	18	4	4	10	УО, ВЗ,

прийняття рішень індивідуальним споживачем					СУН
Тема 6. Процес прийняття рішення індустріальним споживачем	18	4	4	10	УО, КТ, ВЗ
Тема 7. Маркетингові інструменти впливу на поведінку споживачів	18	4	4	10	КТ, ВЗ, СУН
Тема 8. Поведінкова реакція покупців	20	4	4	12	УО, ПТ, ВЗ
Тема 9. Кількісні дослідження поведінки споживачів	20	4	4	12	УО, ІЗ, ПТ
Тема 10. Якісні дослідження поведінки споживачів	16	2	2	12	УО, ІЗ, ПТ
Разом	180 / 6	34	34	112	
Підсумковий контроль					Екзамен
Примітки: УО – усне опитування; ПТ – письмове тестування; КТ – комп'ютерне тестування; РФ – реферативне повідомлення; ІЗ – індивідуальне завдання; ВЗ – вирішення задач; СУН – система управління навчання					

Поточний контроль / критерії оцінювання	<p>Перевірка та оцінювання знань, вмінь та навичок здобувачів з дисципліни «Поведінка споживачів послуг гостинності» забезпечується здійсненням поточного та підсумкового контролю.</p> <p>Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять та передбачає оцінювання рівня теоретичної підготовки здобувачів до заняття, якість виконання відповідних практичних завдань. Здійснення поточного контролю знань здобувачів включає опитування (усне або письмове), перевірку індивідуальних творчих завдань, комп'ютерне тестування.</p> <p>Протягом семестру навчання здобувачі вищої освіти можуть отримати максимально 100 балів.</p> <p>Максимальна сума балів за поточну навчальну роботу складає 68 балів (17 занять * 4 бали = 68 балів), які здобувач може отримати на аудиторних заняттях.</p> <p>Вивчення дисципліни «Поведінка споживачів послуг гостинності» передбачає також виконання здобувачами позааудиторної самостійної роботи (підготовка реферативних повідомлень та доповідей, створення презентацій, написання глосаріїв, а також наукових статей з наступним їх опублікуванням тощо), яка оцінюється максимально у 32 бали.</p> <p>У разі, якщо здобувач вищої освіти бажає поліпшити свою оцінку, або не набрав 75 балів, він складає екзамен з усієї програми навчальної дисципліни у вигляді письмового опитування знань згідно завдань встановленого зразка.</p> <p>Результат виконання екзаменаційних завдань оцінюється з урахуванням результатів у співвідношенні 80 : 20, де 80 – максимальна оцінка за виконання екзаменаційного завдання, 20 – результат поточної успішності відповідно до шкали переводу поточної роботи для врахування її при підсумковій оцінці.</p> <p>Якщо здобувач вищої освіти упродовж семестру навчання набрав 75 балів та (або) більше, оцінка за екзамен йому може бути виставлена за результатом поточної успішності.</p>
---	--

Основні літературні та інформаційні джерела	1. <i>Бородкіна Н. О. Маркетинг : навч. посібник .Київ : Кондор, 2017. 362 с.</i>
---	---

	<p>2. Гончарук Я. А., Павленко А. Ф., Скибінський С. В. <i>Маркетинг : навч. посібник у тестах. 2-ге вид., допов. і переробл. Київ : КНЕУ, 2015. 392 с.</i></p> <p>3. Горобчук Т. Т. <i>Мікроекономіка : навч.-метод. посібник. Київ : ЦУЛ, 2016. 236 с.</i></p> <p>4. Дурович А. П. <i>Маркетинг готельних і ресторанів : учебное пособие. 2-е изд., стер. Москва : Новое знание, 2016. 632 с.</i></p> <p>5. Левицька І. В., Онищук Н. В., Корж Н. В. <i>Готельна справа : навч. посібник. Вінниця : Едельвейс і К, 2015. 580 с.</i></p> <p>6. Лісовий, А. В. <i>Мікроекономіка : навч. посібник. Київ : ЦУЛ, 2016. 192 с.</i></p> <p>7. Лыгина Н. И., Макарова Т. Н. <i>Поведение потребителей : учебник . Москва : ФОРУМ - ИНФРА-М, 2015. 208 с.</i></p> <p>8. Сидоренко О.І., Редько П.С. <i>Маркетинг : підручник. Київ : Навчально-методичний центр "Консорціум із удосконалення менеджменту освіти в Україні", 2015. 422 с.</i></p> <p>9. Буднікевич І.М. <i>Маркетинг у галузях і сферах діяльності : навч. посібник Київ : Центр учбової літератури, 2017. 536 с.</i></p>
Політика дисципліни	
Організація навчання	Відвідування навчальних занять з дисципліни «Поведінка споживачів послуг гостинності» є обов'язковим, згідно розкладу. Конспектування лекційного матеріалу у вигляді коротких тезисів вітається, але не є обов'язковим. Підготовка до практичного заняття передбачає опрацювання переліку питань, що виносяться на обговорення, та створення конспекту, проходження комп'ютерного тестування в системі MOODLE. Самостійна робота передбачає виконання в позаурочний час презентацій, рефератичних повідомлень, тез доповідей, ін. та оцінюється у межах визначених критеріїв.
Відпрацювання пропусків занять	Пропущені навчальні заняття мають бути відпрацьовані. Відпрацювання пропущеного лекційного заняття передбачає підготовку конспекту з відповідної теми. Пропущені практичні заняття відпрацьовуються шляхом проходження комп'ютерного тестування в системі MOODLE, короткого усного опитування з відповідної теми. Відпрацювати пропущені заняття можна щопонеділка, -середи та -п'ятниці, з 14 ⁰⁰ до 15 ⁰⁰ (каб. 51, к. 1).
Допуск до підсумкового контролю	Мінімально необхідною умовою допуску здобувача вищої освіти до підсумкового контролю є наявність 35 балів та відсутність невідпрацьованих лекційних та практичних занять. В іншому випадку здобувач вищої освіти до складання екзамену НЕ ДОПУСКАЄТЬСЯ.
Академічна доброчесність	http://www.vtei.com.ua/doc/2019/ud/pol/pol_akad_dobr.pdf Положення про академічну доброчесність науково-педагогічних, педагогічних працівників та здобувачів вищої освіти ВТЕІ КНТЕУ.
Інші складові політики дисципліни	-

Затверджено на засіданні кафедри протокол № 27 від 8.11.2021р.

Науково-педагогічний працівник



Наталя ОНИЩУК

Завідувач кафедри



Наталія ЧОРНА