

<b>СИЛАБУС ЕКОНОМІКА РЕСТОРАНІВ</b>	
<b>Опис освітньої компоненти</b>	
Рівень вищої освіти	Перший бакалаврський
Галузь знань	18 Виробництво та технології
Спеціальність	181 «Харчові технології»
Освітньо-професійна програма	«Ресторанні технології»
Навчальний рік	2025-2026
Семестр	7
Курс	4
Група	Б-ХТ 22д
Анотація курсу	Освітня компонента «Маркетинг» розглядає особливості функціонування підприємств ресторанного бізнесу в умовах конкурентного ринкового середовища та сучасної сфери послуг. В ОК висвітлено теоретичні та практичні аспекти маркетингової діяльності закладів ресторанного господарства, зокрема дослідження ринку, споживчої поведінки, сегментації та позиціонування ресторанного продукту. Розкрито методичні підходи до формування і реалізації маркетингових стратегій, управління асортиментом, ціноутворенням, сервісом і комунікаціями, у тому числі з використанням цифрового маркетингу. Значну увагу приділено питанням стратегічного і поточного планування маркетингової діяльності, оцінюванню ефективності маркетингових рішень, ризиків, інвестиційного потенціалу та врахуванню законодавчого регулювання у сфері ресторанного бізнесу.
Мова курсу	українська
Викладач	Гуштан Тетяна Вікторівна д.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту, підприємництва та торгівлі <a href="https://utei.uz.ua/gushtan-tetyana-viktorivna/">https://utei.uz.ua/gushtan-tetyana-viktorivna/</a> E-mail: <a href="mailto:hushtan.tetiana@utei.uz.ua">hushtan.tetiana@utei.uz.ua</a>
<b>Місце дисципліни в освітньо-професійній програмі</b>	
Інтегральні компетентності	Здатність особи розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми технічного і технологічного характеру, що характеризуються комплексністю та невизначеністю умов у виробничих умовах підприємств харчової промисловості та ресторанного господарства та у процесі навчання, що передбачає застосування теоретичних основ та методів харчових технологій
Загальні компетентності	К 01. Знання і розуміння предметної області та професійної діяльності К 03. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість К 04. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій К 07. Здатність працювати в команді
Спеціальні компетентності	К 19. Здатність розробляти нові та удосконалювати існуючі харчові технології з врахуванням принципів раціонального харчування, ресурсозаощадження та інтенсифікації технологічних процесів К 26. Здатність формувати комунікаційну стратегію в галузі харчових технологій, вести професійну дискусію

	<p>К 27 Здатність підвищувати ефективність виробництва, впроваджувати сучасні системи менеджменту</p> <p>К 28 Здатність організовувати технологічний процес підприємства ресторанного господарства</p>
Програмні результати навчання	<p>ПР 01. Знати і розуміти основні концепції, теоретичні та практичні проблеми в галузі харчових технологій</p> <p>ПР 03. Уміти застосовувати інформаційні та комунікаційні технології для інформаційного забезпечення професійної діяльності та проведення досліджень прикладного характеру</p> <p>ПР 04. Проводити пошук та обробку науково-технічної інформації з різних джерел та застосовувати її для вирішення конкретних технічних і технологічних завдань</p> <p>ПР 14. Підвищувати ефективність виробництва шляхом впровадження ресурсоощадних та конкурентоспроможних технологій, аналізувати стан і динаміку попиту на харчові продукти</p> <p>ПР 15. Впроваджувати сучасні системи менеджменту підприємства</p> <p>ПР 21. Вміти доносити результати діяльності до професійної аудиторії та широкого загалу з метою донесення ідей, проблем, рішень і власного досвіду у сфері харчових технологій</p> <p>ПР 22. Здійснювати ділові комунікації у професійній сфері українською та іноземною мовами</p> <p>ПР 25. Виявляти творчу ініціативу з питань ринкової трансформації економіки</p> <p>ПР 27. Зберігати та примножувати досягнення і цінності суспільства, вести здоровий спосіб життя</p>
Пререквізити	Менеджмент, організація ресторанного господарства
<b>Зміст дисципліни та оцінювання результатів навчання</b>	
Тематичний план	Тема 1. Сутність, еволюція та концепції маркетингу
	Тема 2. Класифікація маркетингу
	Тема 3. Особливості маркетингової діяльності у ресторанному бізнесі та індустрії гостинності
	Тема 4. Маркетингове середовище закладів ресторанного господарства
	Тема 5. Поведінка споживачів ресторанних послуг та чинники формування споживчого вибору
	Тема 6. Маркетингові дослідження у ресторанному бізнесі
	Тема 7. Сегментація ринку ресторанних послуг, вибір цільових сегментів та позиціонування
	Тема 8. Ресторанний продукт як елемент маркетингового комплексу: асортимент, якість, сервіс
	Тема 9. Ціноутворення у ресторанному бізнесі: стратегії, методи та вплив ринкових чинників
	Тема 10. Канали розподілу та особливості збутової політики закладів ресторанного господарства
	Тема 11. Комунікаційна політика ресторанного підприємства: реклама, PR, стимулювання збуту

	Тема 12. Брендинг і формування іміджу ресторанного закладу в конкурентному середовищі
	Тема 13. Цифровий маркетинг у ресторанному бізнесі: SMM, таргетована реклама та контент-маркетинг
	Тема 14. Маркетингові стратегії розвитку закладів ресторанного господарства
	Тема 15. Оцінювання ефективності маркетингової діяльності ресторанного підприємства
	Тема 16. Сучасні тенденції та інновації маркетингу у сфері ресторанних послуг в умовах цифровізації
Основні література та інформаційні джерела:	<p style="text-align: center;"><i>Нормативно-правовий:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Про авторське право і суміжні права : Закон України від 23 груд. 1993 р. № 3792-ХІІ // Верховна Рада України. URL: <a href="https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12">https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12</a></li> <li>2. Про доступ до публічної інформації : Закон України від 13 січ. 2011 р. № 2939-VI // Верховна Рада України. URL: <a href="https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17">https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17</a></li> <li>3. Про електронну комерцію : Закон України від 3 вер. 2015 р. № 675-VIII // Верховна Рада України. URL: <a href="https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19">https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19</a></li> <li>4. Про захист від недобросовісної конкуренції : Закон України від 7 черв. 1996 р. № 236/96-ВР // Верховна Рада України. URL: <a href="https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80#Text">https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80#Text</a></li> <li>5. Про захист економічної конкуренції : Закон України від 11 січ. 2001 р. № 2210-III // Верховна Рада України. URL: <a href="https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14">https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14</a></li> <li>6. Про захист персональних даних : Закон України від 1 черв. 2010 р. № 2297-VI // Верховна Рада України. URL: <a href="https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17">https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17</a></li> <li>7. Про захист прав споживачів : Закон України від 12 трав. 1991 р. № 1023-XII // Верховна Рада України. URL: <a href="https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text">https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text</a></li> <li>8. Про інформацію : Закон України від 2 жовт. 1992 р. № 2657-XII // Верховна Рада України. URL: <a href="https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12">https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12</a></li> <li>9. Про особливості регулювання діяльності юридичних осіб окремих організаційно-правових форм у перехідний період та об'єднань юридичних осіб від 21.08.2025 № 4585-IX // Верховна Рада України. URL: <a href="https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4196-20#Text">https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4196-20#Text</a></li> <li>10. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг : Закон України від 15 груд. 1993 р. № 3689-XII // Верховна Рада України. URL: <a href="https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3689-12">https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3689-12</a></li> <li>11. Про рекламу : Закон України від 3 лип. 1996 р. № 270/96-ВР // Верховна Рада України. URL: <a href="https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text">https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text</a></li> <li>12. Про ціни і ціноутворення : закон України від 21.06.2012 №5007-VI із змінами доповненнями від 30.03.2020. URL : <a href="https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17#Text">https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17#Text</a></li> <li>13. Податковий кодекс України : Закон України від 2 груд. 2010 р. № 2755-VI // Верховна Рада України. URL: <a href="https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17">https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17</a></li> <li>14. Цивільний кодекс України від 21.08.2025 № 4577-IX – Режим доступу: <a href="https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text">https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text</a></li> <li>15. Антимонопольний комітет України. Офіційні роз'яснення та методичні рекомендації. URL: <a href="https://amcu.gov.ua">https://amcu.gov.ua</a></li> </ol> <p style="text-align: center;"><i>Основний:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Бородкіна Н.О. Маркетинг: Навч. Посібник.-Кондор. 2022.-362с.</li> <li>2. Гаврилко П.П., Гуштан Т.В., Сімех К.Ю. Теоретичні аспекти здійснення маркетингових досліджень ринку. <i>Формування ринкових відносин в Україні: збірник наук. праць</i>. Київ: НДІЕ, 2024. – Вип. 6 [277]. С 44-49.</li> <li>3. Квальчук С.В. Маркетинг: навчальний посібник. 2-ге вид-ня, стереотипне /С.В. Ковальчук, В.Л. Карпенко, Л.М. Коваль, Р.В. Бойко Л.А. Бичікова та ін., за ред.канд. екон.наук Ковальчук С.В.- Львів:ВидавництвоПП «Новий Світ-2000», 2023, 687с.</li> <li>4. Коваленко В.В., Тридід С.О., Торяник Ж.І. Маркетинг: навчальний посібник / В.В. Коваленко, С.О. Тридід, Ж.І. Торяник. – Львів: «Новий Світ-2000», 2025.- 266с.</li> <li>5. Липчук В.В., Дудяк С.Я., Бугіль Я.С., Янишин Я.С. Маркетинг: Навчальний посібник/ за загальною редакцією В.В. Липчука. Львів: «Магнолія 2006», 2024.- 456 с.</li> </ol> <p style="text-align: center;"><i>Додатковий:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Бур'янов В. тривіальні маркетингові маніпуляції, шляхи їх усунення та чому обізнаність споживача необхідна маркетологам. <i>Маркетинг в Україні</i>. 2021. №2. С. 16-32.</li> <li>2. Гаркавенко, С.С. Маркетинг. Підручник. - 5-те вид. доп. / С.С. Гаркавенко. – Київ : Лібра, 2007. - 720 с.</li> <li>3. Гончарук Я.А. Маркетинг: Навч. посібник у тестах / Я. А. Гончарук, А.Ф. Павленко, С. В. Скибінський. – Київ: КНЕУ, 2004. – 392 с.</li> <li>4. Гуштан Т.В. Бренд-маркетинг – інноваційний напрям підвищення конкурентоспроможності продукції. <i>Науковий журнал Причорноморські економічні студії</i>. 2016. Вип. 9. ч 1. С. 65-69.</li> <li>5. Гуштан Т.В. Міжнародні стандарти як орієнтир адаптації регіонального готельно-ресторанного бізнесу до глобальних викликів. Модернізація управління соціально-економічним розвитком регіону в умовах євроінтеграції: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м.Чернівці, 15-16 травня 2025 р. – Чернівці: Технодрук, 2024. – 340с., С. 28-31.</li> <li>6. Гуштан Т.В. Сезонність у готельно-ресторанному бізнесі західної України: виклики та перспективи. Розвиток сучасної освіти і науки: результати, проблеми, перспективи. Том ХVІІІ: Методологічні інновації в дослідженнях і викладанні: від теорії до практики / Конін-Ужгород-Перемишль-Миколаїв: Просвіт, 2025. (17 квітня 2025р. ) 262с., С. 193-195.</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>7. Гуштан Т.В. Соціо-етичний маркетинг як фактор забезпечення стійкості готельно-ресторанного бізнесу в умовах воєнного стану. Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід / Матеріали XIX Міжнародної наукової конференції. – Львів, 2025 – 400с., С. 66-70.</li> <li>8. Гуштан Т.В., Гайданка А.М. Стратегії маркетингу для малих підприємств. III Міжнародна науково-практична конференція «Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі», 05.11.2024р., м. Харків, С. 169-170.</li> <li>9. Гуштан Т.В., Королович М.Я. Маркетингові стратегії розвитку підприємств гостинності в умовах воєнного стану та євроінтеграції. III Міжнародна науково-практична конференція «Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі», 05.11.2024р., м. Харків, С. 429-430.</li> <li>10. Гуштан Т.В., Корсак Р.В. Роль готелів у формуванні туристичного бренду країни. Наука і освіта України в умовах російсько-української війни: виклики та завдання в контексті національної безпеки. Том III. [Ред.: В. Ільницький, М. Галів] Київ-Дрогобич-Львів-Переяслав-Ужгород-Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика», 2025. 260с., С. 183-186. (30.03.2025р.)</li> <li>11. Гуштан Т.В., Сусіденко В.Т. Цифрова трансформація бізнес-процесів у готельно-ресторанній сфері: виклики та можливості для регіонального розвитку. Модернізація управління соціально-економічним розвитком регіону в умовах євроінтеграції: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м.Чернівці, 15-16 травня 2025 р. – Чернівці: Технодрук, 2024. – 340с., С. 24-27.</li> <li>12. Економіка туризму в цифрову еру: еволюція, маркетографія, перспективи: монографія / П.П.Гаврилко, А.В. Колодійчук, Ф.А. Важинський, Т.В. Гуштан, Л.Ю. Чобаль.// Львів: Вид-во ННБК «АТБ», 2021. 163с.</li> <li>13. Забарна, Є.М. Маркетинг. Підручник. / Є.М. Забарна, Т.О. Окландер. – Одеса: ОНПУ, 2012. - 149с.</li> <li>14. Зяйлик М.Ф. Євромаркетинг: навч. посібник / М. Ф. Зяйлик, Л. Б. Зяйлик. – Київ: Кондор, 2009. – 226 с.</li> <li>15. Іванова Л.О., Семак Б.Б., Вовчанська О.М. Маркетинг послуг : навч. посіб. Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с.</li> <li>16. Коштура Я., Гуштан Т.В. Закарпаття як безпечний туристичний регіон: позиціонування і брендинг у кризових умовах. Готельно-ресторанний бізнес та харчові технології: сучасні тенденції, виклики, інновації: Збірник матеріалів II-ої Всеукраїнської студентської науково-практичної інтернет-конференції (м.Львів, 15 травня 2025 року). – Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2025. – 290с., С 60-63.</li> <li>17. Мазаракі, А.А. Світовий ринок товарів та послуг : електрон. підручник / за заг. ред. А.А. Мазаракі. - Ч. I. - К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. - 240 с.</li> <li>18. Маркетинг: підручник / А. В. Руделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко та ін.; ред.-упор. О.І. Сидоренко, Л.С. Макарова. – 2-ге вид. – Київ: НавчальноМетодичний центр «Консорціум з удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2008. – 648 с.</li> <li>19. Маркетинг: підручник / А.Ф. Павленко, І.Л. Решетнікова, А.В. Войчак та ін.; За ред. А.Ф. Павленка. — Київ: КНЕУ, 2008. — 600 с.</li> <li>20. Маркетинговий менеджмент / Ф. Котлер, К. Келлер, А. Ф. Павленко, А. О. Длігач та ін. – Київ: Хімджест, 2008. – 720 с.</li> <li>21. Ткаченко, Л.В. Маркетинг послуг: Підручник / Л. В. Ткаченко. – Київ: Центр навчальної літератури, 2003. - 192 с.</li> </ol> <p style="text-align: center;"><i>Інтернет-джерела:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Всеукраїнська громадська організація «Всеукраїнська рекламна коаліція» : сайт. URL : <a href="https://vrk.org.ua/">https://vrk.org.ua/</a> (дата звернення 30.05.2025).</li> <li>2. Маркетинг в Україні : сайт. URL : <a href="http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in_ua/arhive.php">http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in_ua/arhive.php</a> (дата звернення 30.05.2025).</li> <li>3. Маркетинг і реклама : сайт. URL : <a href="https://smartpress.com.ua/tovar-2020-marketing-i-reklama">https://smartpress.com.ua/tovar-2020-marketing-i-reklama</a> (дата звернення 30.05.2025).</li> <li>4. Українська асоціація маркетингу : сайт. URL : <a href="http://www.uam.in.ua/ukr/about/">http://www.uam.in.ua/ukr/about/</a> (дата звернення 30.05.2025).</li> <li>5. <a href="http://t.me/lab4_education">http://t.me/lab4_education</a> - телеграм канал міжнародної бізнес-школи LABA</li> <li>6. <a href="http://t.me/lab322">http://t.me/lab322</a> - цифрове маркетингове агентство Lab322</li> <li>7. <a href="http://t.me/marketing_bez_vodi">http://t.me/marketing_bez_vodi</a> - телеграм канал про результативний інтернет маркетинг</li> </ol>
Обсяг освітньої компоненти	Загальна кількість годин – 180/6 кредитів ЄКТС; лекцій – 28 годин; практичних – 42 години; самостійна робота студента – 110 годин.
Система оцінювання	Результат контролю визначається як середньо-арифметичне значення накопичених протягом семестру балів (50 балів) і результатів модулю (50 балів) та балів отриманих при складанні іспиту (100 балів). Максимальна підсумкова оцінка 100 балів.
Академічна доброчесність	<a href="https://utei.uz.ua/wp-content/uploads/2024/07/Polozhennya_pro_dotrymannya_akademichnoyi_dobrochesnosti_UTEI_DTEU.pdf">https://utei.uz.ua/wp-content/uploads/2024/07/Polozhennya_pro_dotrymannya_akademichnoyi_dobrochesnosti_UTEI_DTEU.pdf</a>  <a href="https://utei.uz.ua/akademichna-dobrochesnist/">https://utei.uz.ua/akademichna-dobrochesnist/</a>