

«Маркетинг готельного і ресторанного господарства» містить систематизований програмний матеріал дисципліни. Викладено основи маркетингу як концепції управління в індустрії гостинності, розглянуто тенденції та перспективи розвитку індустрії гостинності, виявлено засади готельної індустрії та готельного сервісу, з'ясовано сутність маркетингового середовища підприємства, визначено основні підходи до розроблення комплексу маркетингу в індустрії гостинності, розкрито принципи сегментації ринку готельних послуг та методичні основи маркетингових досліджень, означено напрями продуктової політики підприємств готельного та ресторанного господарства, визначено особливості цінової стратегії й тактики підприємства гостинності, окреслено завдання реклами й пропаганди в індустрії гостинності.

Сутність сучасного маркетингу і його соціально-економічне значення. Сутність і зміст маркетингу в індустрії гостинності. Маркетинг туристичного та готельного продукту. Роль і місце гостинності в сфері послуг. Фактори, що впливають на стан і розвиток індустрії гостинності. Сучасні тенденції розвитку світової індустрії гостинності.

Індустрія гостинності: основні поняття і складові елементи. Готельна послуга, її специфіка та складові елементи. Управління якістю послуг в індустрії гостинності. Сутність макросередовища підприємства та його складові. Мікросередовище підприємства та його чинники. Методи аналізу середовища підприємства.

Основні підходи готельних підприємств до маркетингу. «Чотири Пі», «Сім Пі» та «Дев'ять Пі» в готельному маркетингу. Оцінка конкурентоспроможності підприємств гостинності. Сегментація ринку готельних послуг, критерії та ознаки сегментації. Цільовий ринок готельних послуг, методика пошуку цільових сегментів. Позиціонування готельних продуктів. Методичні основи маркетингових досліджень. Форми організації та основні напрями маркетингових досліджень.

Асортиментна політика підприємств. Основні продуктові стратегії. Інноваційна продуктова політика. Ціна в комплексі маркетингу готельного підприємства, особливості ціноутворення в готельному бізнесі. Постановка цілей і вибір методів ціноутворення. Визначення та реалізація цінової стратегії. Формування збутової стратегії готельного підприємства. Канали збуту готельних послуг. Франчайзинг у системі готельного бізнесу.

Реклама і пропаганда в готельному бізнесі. Паблік рилейшнз (PR) в індустрії гостинності. Особливості формування фірмового стилю підприємств гостинності. Характеристика та особливості виставкової діяльності в індустрії гостинності.