



Дослідження ринку ГКТ сфери

Викладач: кандидат економічних наук, доцент Гудима Ольга Вікторівна

Кафедра: кафедра підприємництва, менеджменту організацій та логістики, VI корпус, ауд.415

E-mail: OGudyma2006@i.ua

Телефон: (061) 289-41-15 (кафедра), м.т. 067 298 18 17

Інші засоби зв'язку: Moodle (форум курсу, приватні повідомлення) , Viber, WhatsApp, Telegram
<https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=11536>

Освітня програма, рівень вищої освіти		Менеджмент готельно-курортного та туристичного сервісу Підприємництво та комерційна логістика, Агробізнес Бакалавр					
Статус дисципліни		За вибором					
Кредити ECTS	5	Навч. рік	2023-2024	Рік навчання	2	Тижні	16
Кількість годин	150	Кількість змістових модулів¹	8	Лекційні заняття – 32 Практичні заняття – 16 Самостійна робота – 102			
Вид контролю	Залік						
Посилання на курс в Moodle			https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=11536				
Консультації:			щовівторка, 10.00-12.00 або за домовленістю чи ел. Поштою				

ОПИС КУРСУ

Метою навчальної дисципліни «Дослідження ринку ГКТ сфери» є набуття знань та навичок з теоретико-методологічних, методичних, технологічних і змістовних аспектів організації та виконання досліджень ринку ГКТ сфери; формування уявлення про можливості використання результатів досліджень ринку для прийняття ефективних організаційних та виробничих рішень

Основними завданнями вивчення дисципліни «Дослідження ринку ГКТ сфери» є:

- розкриття можливостей використання досліджень ринку в господарській діяльності підприємства для підвищення його конкурентоспроможності;
- висвітлення особливостей здійснення досліджень ринку ГКТ сфери залежно від їх цілей та напрямів;
- формування уявлень про комплекс спеціальних методів та технологій, що використовуються при виконанні досліджень ринку ГКТ сфери;
- навчання використання результатів досліджень ринку для підвищення ефективності прийняття управлінських рішень.

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути таких результатів навчання (знання, уміння тощо) та компетентностей:

- демонструвати знання з методологічних основ та методів досліджень ринку ГКТ сфери.
- досліджувати стан та динаміку ринку, визначати сегменти ринку ГКТ сфери .
- приймати управлінські рішення на основі отриманих результатів дослідження.

ОСНОВНІ НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ

Лекційні матеріали українською мовою, презентації лекцій, інструктивно-методичні матеріали, плани практичних занять, методичні рекомендації до виконання самостійних та індивідуальних

¹ 1 змістовий модуль = 15 годин (0,5 кредита ECTS)



завдань, завдання для поточного та підсумкового контролю розміщені на платформі Moodle:
<https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=11536>

КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ

Поточні контрольні заходи (тах 60 балів):

Поточний контроль передбачає такі **теоретичні** завдання:

- Усне опитування і обговорення проблемних питань навчальної дисципліни на основі навчальної та наукової літератури за тематикою дисципліни – **7 балів**.
Захід передбачає збір, систематизацію та аналіз фактичного матеріалу за тематикою навчальної дисципліни.
- Підготовка презентацій за вивченими теоретичними матеріалами з дисципліни – **7 балів**.
Захід передбачає виступ, презентацію й обговорення результатів дослідження навчального матеріалу за тематикою дисципліни.
- Контрольне тестування за пройденим матеріалом – **10 балів**.
- Контрольна робота за пройденим матеріалом – **8 балів**.

Поточний контроль передбачає такі **практичні** завдання:

- Написання есе за проблематикою навчальної дисципліни – **7 балів**.
Захід передбачає самостійне опрацювання проблемних питань в межах тематики навчальної дисципліни та підготування відповідних матеріалів у вигляді стислої доповіді з актуальної проблематики. Тема есе обирається студентом вільно за його бажанням в межах тематики навчальної дисципліни. Орієнтована тематика для есе презентована за посиланням <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=11536> у розділі Індивідуальне завдання.
- Проведення та презентація власних наукових досліджень за тематикою дисципліни – **7 балів**.
Захід передбачає виступ, презентацію й обговорення результатів власного наукового дослідження за тематикою дисципліни.
- Розв'язування проблемних питань та вирішення практичних завдань з дисципліни – **8 балів**.
- Підготовка та презентація власного проекту створення та розвитку сучасної організації – **8 балів**.
Захід передбачає розробку проекту розвитку власної перспективної організації із використанням методик дерева цілей та mind mapping та презентація проекту у вигляді організаційної схеми.

Підсумкові контрольні заходи (тах 40 балів):

Теоретичний підсумковий контроль:

- тестові завдання за вивченим матеріалом (проводиться онлайн на платформі Moodle) – **20 балів**.
Захід передбачає контрольне тестування за результатами вивчення матеріалу.
- усна відповідь на залікові питання з дисципліни (проводиться згідно розкладу екзаменаційної сесії або онлайн на платформі Moodle) – **10 балів**.
Захід передбачає розгорнуту відповідь на два питання з дисципліни. Перелік питань див. на сторінці курсу у Moodle: <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=11536>

Підсумкове практичне завдання:

- Вирішення практичного спеціалізованого комплексного завдання (кейсу) з дисципліни (проводиться згідно розкладу екзаменаційної сесії або онлайн на платформі Moodle) – **10 балів**.

Захід передбачає вирішення контрольного ситуативного кейсового завдання у письмовій формі із проведенням необхідних розрахунків, наданням ґрунтовних висновків та рекомендацій із вирішення проблемної ситуації.

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАЗВА ФАКУЛЬТЕТУ
Силабус навчальної дисципліни



Контрольний захід		Термін виконання	% від загальної оцінки
Поточний контроль (max 60%)			
Змістовий модуль 1 (розділ 1)	Вид теоретичного завдання усне опитування і обговорення проблемних питань, тестування	2 тиждень	3
	Вид практичного завдання написання есе за проблематикою навчальної дисципліни	2 тиждень	4
Змістовий модуль 2 (розділ 2)	Вид теоретичного завдання усне опитування і обговорення проблемних питань, тестування	4 тиждень	3
	Вид практичного завдання написання есе за проблематикою навчальної дисципліни	4 тиждень	4
Змістовий модуль 3 (розділ 3)	Вид теоретичного завдання підготовка презентацій за вивченими теоретичними матеріалами, тестування	6 тиждень	3
	Вид практичного завдання проведення та презентація власних наукових досліджень	6 тиждень	4
Змістовий модуль 4 (розділ 4)	Вид теоретичного завдання підготовка презентацій за вивченими теоретичними матеріалами, тестування	8 тиждень	3
	Вид практичного завдання проведення та презентація власних наукових досліджень	8 тиждень	4
Змістовий модуль 5 (розділ 5)	Вид теоретичного завдання підготовка презентацій за вивченими теоретичними матеріалами, тестування	10 тиждень	3
	Вид практичного завдання: розв'язання проблемних питань та вирішення практичних завдань	10 тиждень	4
Змістовий модуль 6 (розділ 6)	Вид теоретичного завдання підготовка презентацій за вивченими теоретичними матеріалами, тестування	12 тиждень	3
	Вид практичного завдання: розв'язання проблемних питань та вирішення практичних завдань	12 тиждень	4
Змістовий модуль 7 (розділ 7)	Вид теоретичного завдання: контрольне тестування за пройденим матеріалом	14 тиждень	3
	Вид практичного завдання: розв'язання проблемних питань та вирішення практичних завдань	14 тиждень	4
Змістовий модуль 8 (розділ 8)	Вид теоретичного завдання: контрольна робота за пройденим матеріалом	16 тиждень	5
	Вид практичного завдання: підготовка та презентація індивідуального домашнього завдання	16 тиждень	6
Підсумковий контроль (max 40%)			
Підсумкове теоретичне завдання: тести в Moodle та усна відповідь на залікові питання		Екзаменаційна сесія	20
Підсумкове практичне завдання: вирішення практичного спеціалізованого комплексного завдання (кейсу)		Екзаменаційна сесія	20
Разом			100%

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАЗВА ФАКУЛЬТЕТУ
Силабус навчальної дисципліни



Шкала оцінювання: національна та ECTS

За шкалою ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою	
		Екзамен	Залік
A	90 – 100 (відмінно)	5 (відмінно)	Зараховано
B	85 – 89 (дуже добре)	4 (добре)	
C	75 – 84 (добре)		
D	70 – 74 (задовільно)	3 (задовільно)	
E	60 – 69 (достатньо)		
FX	35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	2 (незадовільно)	Не зараховано

РОЗКЛАД КУРСУ ЗА ТЕМАМИ І КОНТРОЛЬНІ ЗАВДАННЯ

Тиждень і вид заняття	Тема заняття	Контрольний захід	Кількість балів
Змістовий модуль 1. Вступ до дисципліни «Дослідження ринку ГКТ сфери»			
Тиждень 1 Лекція 1	СУТНІСТЬ, ОЗНАКИ ТА ВИДИ РИНКІВ.	-	-
Тиждень 2 Лекція 2	СУТНІСТЬ, ПОНЯТТЯ ТА ЗАВДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ «ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ГКТ сфери»	-	-
Тиждень 2 Практичне заняття 1	СУТНІСТЬ, ПОНЯТТЯ ТА ЗАВДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ «ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ГКТ сфери».	Вид теоретичного завдання: усне опитування і обговорення наступних проблемних питань: 1. Сутнісно-змістова основа дослідження ринку ГКТ сфери. 2. Історичний аспект виникнення та розвитку «дослідження ринку». 3. Мета, завдання, структура та класифікація досліджень ринку. 4. Основні методи та принципи організації досліджень ринку ГКТ сфери. 5. Сутнісно-змістова основа дослідження ринку. Історичний аспект виникнення та розвитку «дослідження ринку». 6. Мета, завдання, структура та класифікація досліджень ринку. 7. Основні методи та принципи організації досліджень ринку. 8. Стан туризму і готельного бізнесу в Україні. Тестування	1
			2
		Вид практичного завдання: Завдання 1. За допомогою підручників та Інтернет ресурсів знайти і записати по три визначення поняття «Ринок» Завдання 2. Подати учасників ринку та інструменти їхньої діяльності в табл. 1. Завдання 3. Розглянути елементи структури ринку та пояснити їх. Завдання 4. Розглянути стан туризму та готельного бізнесу в Україні та тенденції їх подальшого розвитку.	4

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАЗВА ФАКУЛЬТЕТУ

Силабус навчальної дисципліни



Змістовий модуль 2. Дослідження середовища ринку			
Тиждень 3 Лекція 3	МАКРОСЕРЕДОВИЩЕ МІКРО-СЕРЕДОВИЩЕ ДОСЛІДЖЕННЯХ РИНКУ.	ТА У	-
Тиждень 4 Лекція 4	ІНФОРМАЦІЙНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ		-
Тиждень 4 Практичне заняття 2	МАКРОСЕРЕДОВИЩЕ МІКРО-СЕРЕДОВИЩЕ ДОСЛІДЖЕННЯХ РИНКУ. ІНФОРМАЦІЙНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ	ТА У	1
			2
Тиждень 4 Практичне заняття 2	МАКРОСЕРЕДОВИЩЕ МІКРО-СЕРЕДОВИЩЕ ДОСЛІДЖЕННЯХ РИНКУ. ІНФОРМАЦІЙНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ	ТА У	4
			4

Вид теоретичного завдання: усне опитування і обговорення наступних проблемних питань:
1. Макросередовище у дослідженнях ринку.
2. Мікросередовище у дослідженнях ринку.
3. Мікросередовище у дослідженнях ринку.
4. Види місткості ринку.
5. Методи визначення місткості ринку.
6. Сегментація ринку.
7. Дослідження попиту та пропозиції як важливого елемента вивчення місткості ринку.

Тестування

Вид практичного завдання:
Завдання 1. Підготувати доповідь (презентацію) або есе на теми:
Підходи до розуміння понять «туризм» та «турист».
Класифікація видів та форм туризму.
Сутність зовнішньоекономічних операцій в туризмі.
Індустрія туризму як міжгалузевий комплекс.
Міжнародний туризм: сутність, напрями, проблеми.
Вплив науково-технічного прогресу на елементи маркетингового комплексу
Завдання 2. Здійснити розподілення представлених факторів за групами впливу на діяльність туристичного підприємства. Результати представити у вигляді табл. 1.
Завдання 3. Складіть каталог Інтернет-ресурсів, що містять інформацію про ринок туристичних послуг в Запорізькій області.
Завдання 4. Перегляньте ділові періодичні видання за останній час в Інтернет-сайтах ділових видань. Знайдіть інформацію про результати проведених досліджень ринку ГКТ сфери. Визначте вид дослідження за різними критеріями класифікації, а також використовувані методи. Знайдіть Інтернет сайти компаній, які проводять на замовлення дослідження. Складіть звіт про перелік послуг, що надаються з проведення досліджень ринку. Ознайомтеся з напрямками і методами проведених ними досліджень.
Завдання 5. Визначення можливих напрямів досліджень ринку ГКТ сфери. Для обраної Вами організації визначте можливі напрямки проведення досліджень відповідно до вирішуваних в цій організації управлінських проблем. Визначте можливість проведення досліджень самою організацією: розробіть концепцію побудови відповідної служби, її структуру, завдання та посадові інструкції. Визначте можливості для здійснення замовних досліджень в спеціалізованих агентствах, складіть каталог доступних агентств із зазначенням їх спеціалізації і, якщо відомо, цін.
Завдання 2.6. Скласти та заповнити таблицю факторів

		макросередовища та мікросередовища	
Змістовий модуль 3. Вивчення обсягу та структури ринку			
Тиждень 5 Лекція 5	ДОСЛІДЖЕННЯ МІСТКОСТІ РИНКУ ТА ЙОГО СЕГМЕНТІВ	-	-
Тиждень 6 Лекція 6	ДОСЛІДЖЕННЯ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ.	-	-
	ДОСЛІДЖЕННЯ МІСТКОСТІ РИНКУ ТА ЙОГО СЕГМЕНТІВ. ДОСЛІДЖЕННЯ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ.	Вид теоретичного завдання: усне опитування і обговорення наступних проблемних питань: 1. Сутність та поняття місткості ринку. 2. Види місткості ринку. 3. Методи визначення місткості ринку. 4. Сегментація ринку. 5. Дослідження попиту та пропозиції як важливого елемента вивчення місткості ринку. 6. Кон'юнктура ринку та класифікація її видів. 7. Сутність і завдання кон'юнктурних досліджень. 8. Послідовність дослідження кон'юнктури ринку. 9. Характеристика кон'юнктурних показників. 10. Прогнозування кон'юнктури ринку. Тестування	1 2
		Вид практичного завдання: <i>Завдання 1.</i> Мета вирішення завдання: засвоєння теоретичного матеріалу та формування навичок щодо визначення базового понятійного апарату визначення місткості ринку та його сегментів. Для кожного базового терміна підберіть відповідне йому визначення (табл. 1). <i>Завдання 2.</i> Ви засновники своєї фірми, яка має розпочинати свою діяльність. Вам необхідно визначити галузь діяльності; провести дослідження обраного ринку; провести сегментацію цього ринку; обчислити місткість обраного сегменту ринку; обчислити очікування виручки від реалізації продукції; зробити висновки. <i>Завдання 3.</i> Вирішити практичні задачі та заповнити таблиці. <i>Завдання 4.</i> Створіть анкету для маркетингового дослідження попиту туристичних послуг на внутрішньому ринку за зразком поданим у додатку.	4
Змістовий модуль 4. Дослідження кон'юнктури ринку			
Тиждень 7 Лекція 7	ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА І КОНКУРЕНТІВ.	-	-
Тиждень 8 Лекція 8	ДОСЛІДЖЕННЯ ДИНАМІКИ І СТІЙКОСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ.	-	-
Тиждень 8 Практичне заняття 4	ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА І КОНКУРЕНТІВ. ДОСЛІДЖЕННЯ ДИНАМІКИ І СТІЙКОСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ	Вид теоретичного завдання: усне опитування і обговорення наступних проблемних питань: 1. Сутність конкуренції, її типологія. 2. Поняття конкурентного аналізу, його цілі та завдання. 3. Значення асортиментної політики в конкурентному аналізі. 4. Аналіз конкурентних стратегій. 5. Бенчмаркінг та інноваційна політика як інструменти визначення конкурентоспроможності. 6. Аналіз динаміки, стійкості та коливання ринку:	1

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАЗВА ФАКУЛЬТЕТУ

Силабус навчальної дисципліни



		основні поняття та завдання. 7. Основні методи прогнозування розвитку ринку. 8. Оцінка та аналіз циклічності й сезонності ринку. 9. Аналіз факторів, що обумовлюють стан і розвиток ринку. Тестування	2
		Вид практичного завдання: Завдання 1. Провести порівняння підходів бенчмаркінгу і конкурентного аналізу. Завдання 2. Розглянути види бенчмаркінгу у сфері ГКТ і представити їх у вигляді таблиці. Завдання 3. Враховуючи специфічні особливості конкурентоспроможності туристичних підприємств та предмету їх діяльності, виділити критерії оцінки їх конкурентоспроможності (табл.3). Завдання 4. Одним із критеріїв оцінки конкурентоспроможності туристичної фірми є конкурентоспроможність туристичних послуг, що надаються. Для кращого аналізу та розуміння даний критерій проаналізувати детальніше Завдання 5. Детально проаналізувати роботу туристичних фірм Запоріжжя, та провести експертну оцінку їх конкурентоспроможності за параметрами та порівняння з «ідеальною» фірмою. Порівнявши та проаналізувавши оцінки конкурентоспроможності туристичних фірм з «ідеальною» фірмою сформулюйте рекомендації і зробіть висновки. Завдання 6. Вирішити розрахункові задачі.	4
Змістовий модуль 4. Дослідження конкурентного середовища і конкурентів			
Тиждень 9 Лекція 9	МІСЦЕ МАРКЕТИНГУ В ДОСЛІДЖЕННІ РИНКУ.	-	-
Тиждень 10 Лекція 10	ФОРМИ Й ТИПИ РЕАКЦІЙ РИНКУ НА МАРКЕТИНГОВІ ДІЇ.	-	-
Тиждень 10 Практичне заняття 5	МІСЦЕ МАРКЕТИНГУ В ДОСЛІДЖЕННІ РИНКУ ФОРМИ Й ТИПИ РЕАКЦІЙ РИНКУ НА МАРКЕТИНГОВІ ДІЇ.	Вид теоретичного завдання: усне опитування і обговорення наступних проблемних питань: 1. Маркетингова діяльність: сутність, функції, сфери застосування в ринкових дослідженнях. 2. Класифікація маркетингових досліджень. 3. Моделі підпорядкованості підрозділу (підрозділів) маркетингових досліджень. 4. Основні принципи організації досліджень ринку. 5. Реакція ринку на маркетингові дії. 6. Форми й типи реакцій ринку. 7. Моделі реакції ринку Тестування	1
		Вид практичного завдання:	2
		Завдання 1. Розглянути ринок послуг індустрії гостинності який складається з різних елементів у вигляді рисунку Структури ринку послуг індустрії гостинності. Розглянути нові та незвичні види туризму, дати їх визначення та навести приклади. Розгляньте сегментування споживачів індустрії гостинності за системою VALS, та визначте, до якої категорії ви можете віднести себе, або своїх рідних та знайомих. Наведіть приклади найбільш незвичних готелів. Необхідно зобразити традиційну класифікацію туризму у вигляді рисунку. Завдання 2. Розглянути сегментацію ринку	4

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАЗВА ФАКУЛЬТЕТУ

Силабус навчальної дисципліни



		туристичних послуг за методами А.Р. Вінклера, Г. Гана, за рівнем доходу та освітою (за рівнем мобільності), за С. Плогом, за методом М. Мухіної. Завдання 3. Ситуаційні вправа для самостійного опрацювання Розглянути наведені Кейси та дати відповіді на них.	
Змістовий модуль 6. Дослідження динаміки і стійкості розвитку ринку			
Тиждень 11 Лекція 11	МЕТОДИ ЗБИРАННЯ ПЕРВИННОЇ ІНФОРМАЦІЇ	-	-
Тиждень 12 Лекція 12	ПРОГНОЗНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗБУТУ РИНКУ ГКТ СФЕРИ	-	-
Тиждень 12 Практичне заняття 6	МЕТОДИ ЗБИРАННЯ ПЕРВИННОЇ ІНФОРМАЦІЇ ПРОГНОЗНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗБУТУ РИНКУ ГКТ СФЕРИ	Вид теоретичного завдання: усне опитування і обговорення наступних проблемних питань: 1. Опитування: кількісні дослідження. 2. Опитування: якісні дослідження. 3. Спостереження. 4. Експеримент. 5. Імітація. 6. Правила розробки опитувальних листків. 7. Сутність прогнозування збуту. 8. Чинники впливу на прогноз збуту. 9. Основні економічні показники, що їх використовують у прогнозуванні збуту. 10. Некількісні методи прогнозування збуту: журі керівників вищої ланки, об'єднана оцінка прогнозу збуту агентами, дослідження очікувань покупців, метод Дельфі, метод створення сценаріїв майбутнього розвитку обсягів збуту. Тестування	1
			2
		Вид практичного завдання: Завдання 1. Скласти анкету опитування споживачів готельних послуг із 15 питань відповідно до певної цілі. Для компонування анкети використати питання (50 позицій), наведені в завданні, а також сформулювати власні питання і варіанти відповідей згідно з методичними рекомендаціями. Розподіл цілей соціологічного дослідження наведений у табл. 1. Завдання 2. Мета вирішення завдання: формування навичок щодо оцінювання процесу організації та результатів дослідження ринку ГКТс. Завдання 3. Мета вирішення завдання: засвоєння теоретичного матеріалу та формування навичок щодо визначення базового категоріального апарату прогнозного дослідження збуту. Для кожного терміна підібрати відповідне йому визначення. Завдання 4. Мета вирішення завдання: формування навичок визначення категорії "аудит роздрібної торгівлі"; описання сфери застосування даних аудиту та їх значення для досліджень; використання методу "аудит роздрібної торгівлі"; розуміння переваг і недоліків методу перевірки за чеками (storechecking) і методу "роздрібний аудит" (retail audit).	4
Змістовий модуль 7. Місце маркетингу в дослідженні ринку			
Тиждень 13 Лекція 13	ДОСЛІДЖЕННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ	-	-
Тиждень 14 Лекція 14	ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВОЇ, ТОВАРНОЇ ТА ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПРИ ДОСЛІДЖЕННІ РИНКУ ГКТ СФЕРИ	-	-
Тиждень 14	ДОСЛІДЖЕННЯ ПОВЕДІНКИ	Вид теоретичного завдання: усне опитування і	



Практичне заняття 7	СПОЖИВАЧІВ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВОЇ, ТОВАРНОЇ ТА ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПРИ ДОСЛІДЖЕННІ РИНКУ ГКТ СФЕРИ	обговорення наступних проблемних питань: 1. Альтернативні підходи до розуміння поведінки споживачів. 2. Концептуальні схеми поведінки споживачів. 3. Чинники зовнішнього впливу на поведінку споживачів. 4. Процеси прийняття рішень щодо придбання. 5. Чинники «чорної скриньки» споживача. 6. Дослідження міри задоволення споживачів. 7. Фінансова та цінова політика підприємств туризму 8. Основні поняття та показники діяльності підприємств громадського харчування та готельного господарства 9. Товарна політика підприємств готельного та ресторанного господарства 10. Цінова політика підприємств готельного та ресторанного господарства Тестування	1
		Вид практичного завдання: Завдання 1. Мета вирішення завдання: засвоєння теоретичного матеріалу та формування навичок щодо визначення базового категоріального апарату дослідження поведінки споживачів на ринку. Для кожного базового терміна підберіть відповідне йому визначення. Завдання 2-4. Вирішити ситуаційні задачі Завдання 5. Мета вирішення завдання: формування навичок пояснення поняття "задоволеність споживача"; описання та аргументування доцільності застосування п'яти соціально-психологічних теорій, що найчастіше використовуються; розуміння основних завдань програм за дослідженням рівня задоволеності клієнтів; розмежування категорії лояльності та задоволеності.	4
Змістовий модуль 8. Форми й типи реакцій ринку на маркетингові дії			
Тиждень 15 Лекція 15	ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА НА РІВНІ ВИРОБНИЧО- ТЕХНІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ	-	-
Тиждень 16 Лекція 16	КОНЦЕПЦІЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ	-	-
Тиждень 16 Практичне заняття 8	ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА НА РІВНІ ВИРОБНИЧО- ТЕХНІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ КОНЦЕПЦІЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ	Вид теоретичного завдання: усне опитування і обговорення наступних проблемних питань: 1. Ресурсне забезпечення 2. Виробнича база підприємств готельно-курортної та туристичної сфери 3. Політика розповсюдження послуг підприємств готельного та ресторанного господарства 4. Комунікаційна політика підприємств готельно-ресторанного та туристичного бізнесу 5. Теоретичні та методичні основи процесу стратегічного розвитку підприємств готельно-ресторанної сфери та концептуальне їх функціонування. Тестування	3
		Вид практичного завдання: Завдання 1. Написати есе за однією з наведених тем: ТЕМИ ДЛЯ НАПИСАННЯ ЕССЕ: 1. Роль та місце світового ринку готельно-курортних (туристичних) послуг у глобальній економіці. 2. Особливості ринку готельно-курортних	2

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАЗВА ФАКУЛЬТЕТУ
Силабус навчальної дисципліни



	(туристичних) послуг як виду економічної діяльності. 3. Вплив макроекономічних умов на стан світового ринку готельно-курортних (туристичних) послуг. 4. Суспільно-економічне значення світового ринку готельно-курортних (туристичних) послуг. 5. Значущість готельного та ресторанного господарства для індустрії туризму. 6. Принципи здійснення моніторингу світового ринку готельно-курортних (туристичних) послуг. 7. Роль держави в контролі діяльності елементів інфраструктури готельно-курортних (туристичних) ринку. 8. Стан та проблеми інформаційного ринку в Україні для здійснення моніторингу готельно-курортних (туристичних) послуг. 9. Конкурентоспроможність вітчизняних підприємств на світовому ринку готельно-курортних (туристичних) послуг. 10. Сутність і призначення форм аналізу кон'юнктури світового ринку готельно-курортних (туристичних) послуг. Завдання 2. Подати класифікацію засобів розміщення у вигляді рисунку. Завдання 3. Подати класифікацію транспортних подорожей у вигляді рисунку.	6
--	---	---

ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА

Основна:

1. Дослідження ринку : конспект лекцій / укладачі: Г. А. Мішеніна, Ю. Т. Матвєєва. – Суми : Сумський державний університет, 2015. – 185 с.
2. Дослідження регіональних ринків [Текст] : метод. рек. до вивч. дисц. / О.Є. Бавико; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. підприємництва та торгівлі. – Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2017. – 27 с.
3. Маркетингові дослідження: підручник : [Електронний ресурс] / Т.Б. Решетілова, С.М. Довгань ; М-во освіти і науки України, Нац. гірн. ун-т. – Електрон. текст. дані. – Дніпропетровськ : НГУ, 2015. – 357 с. – Режим доступу : <http://nmu.org.ua>
4. Прокопенко О. В., Троян М. Ю. Поведінка споживачів: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2008. 176 с.
5. Оболенцева Л. В. Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку : підручник / Л. В. Оболенцева; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Харків : ХНАМГ, 2010. 249 с. URL: http://eprints.kname.edu.ua/17602/1/2010_печ._КДГР_ПІДРУЧНИК.pdf
6. Окландер М. А. Поведінка споживача : навч. посіб. / М. А. Окландер, І. О. Жарська. Київ : Центр учбової літератури, 2014. 208 с.

Додаткова:

1. Вовчак А.В., Федорченко А.В. Маркетингові дослідження: Підручник/ За наук. Ред.. А.В. Войчака. – К.:КНЕУ, 2007. – 408 с.
2. Клапчук В.М., Польова Л.В. Туризм і готельне господарство світу та України: історія та сучасний стан, тенденції і моніторинг: Навчально-методичний посібник/ В.М. Клапчук, Л.В. Польова. – Івано-Франківськ: Фоліант, 2013. – 408 с.
3. Основи споживчих знань : навчальний посібник для вищих навчальних закладів / С. А. Вегера, А. С. Єрохіна, К. О. Максименко, Н. В. Притульська, Р. Ю. Ханик-Посполітак; за заг. ред. К. О. Максименко, О. В. Овчарук – Київ : К.І.С., 2008. – 192 с.
4. оціометрія як метод дослідження міжособистісних стосунків: Методичні рекомендації для студентів педагогічних вузів / Укладачі: Чудаєва Н.В., Шулдик Г.О.. Умань : ПП Жовтий,



2013. – 38 с.

5. Серова І. А. Дослідження і прогнозування економічної кон'юнктури : конспект лекцій / І. А. Серова, Т. С. Мирна. Харків : Вид. ХНЕУ, 2008. 92 с.

6. Котлер Ф. та ін.. Основи маркетингу / пер. з англ. Київ :: Издат. будинок Вільямс, 1998. – С. 296. URL : http://tourlib.net/books_others/kotler.htm

7. Михалева Е. П. Маркетинг : конспект лекцій. Москва : 2010. 224 с. URL: <http://www.alleng.ru/d/mark/mark043.htm>

8. Технологія проведення ринкових досліджень : конспект лекцій / укладач М. Ю. Карпіщенко. Суми : Сумський державний університет, 2012. 91 с.

9. Теоретико-методичні аспекти визначення сутності поняття ринку. URL : http://www.rusnauka.com/33_DWS_2013/Economics/14_149412.doc.htm

10. Гонтаржевська Л.І. Ринок туристичних послуг в Україні: Навчальний посібник. – Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. – 180 с.

Інформаційні джерела:

1. Антимонопольний комітет України.
URL: www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/index.
2. Вища освіта та Болонський процес. Національний Темпус. Еразмус офіс в Україні.
URL: <http://tempus.org.ua/uk/vyshha-osvita-ta-bolonskyj-proces.html>.
3. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Кабінет Міністрів України. Урядовий портал URL: <http://www.kmu.gov.ua>
5. Мікроекономіка – Електронна бібліотека URL: <http://studentam.kiev.ua>.
6. Мікроекономіка – Підручник – URL: <http://dekanvs.narjd.ru>.
7. Міністерство економічного розвитку і торгівлі. Офіційний веб-сайт. URL: <http://www.me.gov.ua>.
8. Міністерство доходів і зборів України. URL: <http://minrd.gov.ua/ru/>.
9. Міністерство фінансів України. URL: www.minfin.gov.ua/.
10. Міністерство освіти і науки України. Офіційний веб-сайт. URL: <http://www.mon.gov.ua>.
11. Науково-практичний журнал «Менеджмент сьогодні» URL: <http://grebennikon.ru/journal-6.html>
12. Офіційний портал Верховної Ради України. URL: www.rada.gov.ua/.
13. ЮНЕСКО. Офіційний сайт. URL: <http://www.unesco.org>.
14. Web-журнал «Інтелектус» - «ПАТЕНТБЮРО».
URL: <http://www.patent.net.ua/intellectus/ua.html>.
15. Міністерство освіти і науки України. Офіційний веб-сайт. URL: <http://www.mon.gov.ua> (дата звернення: 29.07.2023).
16. Офіційний портал Верховної Ради України. URL: www.rada.gov.ua/. (дата звернення: 29.07.2023).

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАЗВА ФАКУЛЬТЕТУ
Силабус навчальної дисципліни





РЕГУЛЯЦІЇ І ПОЛІТИКИ КУРСУ²

Відвідування занять. Регуляція пропусків.

Відвідування усіх занять є обов'язковим. У разі, якщо студенти за певних обставин не змогли бути присутніми на лекційних або практичних заняттях, відпрацювання пропущених занять відбувається наступним чином:

- лекційні заняття – студент має презентувати конспект лекції, підготовлений та опрацьований за матеріалами теми пропущеного заняття, які представлені на сторінці курсу в системі Moodle впродовж тижня, що слідує після пропущеного заняття;
- практичні заняття – студент має презентувати виконане самостійно відповідне практичне завдання під час консультації за розкладом консультацій викладача.

В окремих випадках дозволяється відпрацювання пропущених лекційних та практичних занять способом виконання практичних завдань або складання тестів з дисципліни, розміщених в системі Moodle.

Політика академічної доброчесності

Під час виконання теоретичних та практичних контрольних завдань, наприклад: написання есе, тез та доповідей, студенти мають дотримуватися принципів академічної доброчесності. Подані до перевірки есе, тези та доповіді проходять перевірку на запозичення у тексті засобами сервісу перевірки на плагіат Unicheck. Відповідальність за зміст та оригінальність наукових творів, науковий рівень та точність наведених відомостей, а також за те, що в матеріалах не міститься інформація з обмеженим доступом, несуть автори-студенти.

Роботи, у яких виявлено ознаки плагіату, до розгляду не приймаються і відхиляються без права перескладання. Самостійно перевірити свою роботи на наявність запозичень студенти можуть за посиланням: <https://text.ru/antiplagiat>.

При використанні у науковому дослідженні цитат, думок та поглядів вчених та практиків тощо, студентами повинні бути надані посилання на першоджерело. Із прикладами оформлення цитувань можна ознайомитися за посиланням: <https://management-journal.org.ua/downloads/dstu.pdf>.

Використання комп'ютерів/телефонів на занятті

Під час занять користуватися мобільними телефонами, ноутбуками, планшетами та іншими персональними гаджетами можна за умови їхнього використання в якості інструменту джерела інформації при усному обговоренні проблемних питань та ситуацій за тематикою дисципліни або з метою презентації за вивченими теоретичними матеріалами та власних наукових досліджень.

Комунікація

Комунікація викладача зі студентами здійснюється електронною поштою: pawliuktetiana@gmail.com або через Moodle (форум курсу, приватні повідомлення).

Викладач відповідатиме на письмові запити студентів впродовж двох днів з моменту надходження запиту. Ввічливість, етикет ділового листування, зазначення імені, прізвища та академічної групи студента є формальними вимогами до оформлення письмових запитів студентів. Анонімні звернення викладачем не розглядаються. Анонімними зверненнями вважаються письмові звернення студентів електронною поштою без зазначення імен та прізвищ студентів та електронних акаунтів, що не ідентифікуються. Звернення, надіслані у нічний час (з 22.00 до 6.00), викладачем не розглядаються. Викладач має право не відповідати на письмові запити студентів, оформлені неналежним чином.

² Тут зазначається все, що важливо для курсу: наприклад, умови допуску до лабораторій, реактивів тощо. Викладач сам вирішує, що треба знати студенту для успішного проходження курсу!



ДОДАТОК ДО СИЛАБУСУ ЗНУ – 2023-2024 рр.

ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ 2023-2024 н. р. доступний за адресою:
<https://tinyurl.com/yckze4jd>.

АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ. Студенти і викладачі Запорізького національного університету несуть персональну відповідальність за дотримання принципів академічної доброчесності, затверджених **Кодексом академічної доброчесності ЗНУ**: <https://tinyurl.com/ya6yk4ad>. Декларація академічної доброчесності здобувача вищої освіти (додається в обов'язковому порядку до письмових кваліфікаційних робіт, виконаних здобувачем, та засвідчується особистим підписом): <https://tinyurl.com/y6wzzlu3>.

НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ. Перевірка набутих студентами знань, навичок та вмінь (атестації, заліки, іспити та інші форми контролю) є невід'ємною складовою системи забезпечення якості освіти і проводиться відповідно до Положення про організацію та методику проведення поточного та підсумкового семестрового контролю навчання студентів ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9tve4lk>.

ПОВТОРНЕ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІН, ВІДРАХУВАННЯ. Наявність академічної заборгованості до 6 навчальних дисциплін (в тому числі проходження практики чи виконання курсової роботи) за результатами однієї екзаменаційної сесії є підставою для надання студенту права на повторне вивчення зазначених навчальних дисциплін. Порядок повторного вивчення визначається Положенням про порядок повторного вивчення навчальних дисциплін та повторного навчання у ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9pkmmmp5>. Підстави та процедури відрахування студентів, у тому числі за невиконання навчального плану, регламентуються Положенням про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів у ЗНУ: <https://tinyurl.com/ycds57la>.

НЕФОРМАЛЬНА ОСВІТА. Порядок зарахування результатів навчання, підтверджених сертифікатами, свідоцтвами, іншими документами, здобутими поза основним місцем навчання, регулюється Положенням про порядок визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті: <https://tinyurl.com/y8gbt4xs>.

ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТІВ. Порядок і процедури врегулювання конфліктів, пов'язаних із корупційними діями, зіткненням інтересів, різними формами дискримінації, сексуальними домаганнями, міжособистісними стосунками та іншими ситуаціями, що можуть виникнути під час навчання, регламентуються Положенням про порядок і процедури вирішення конфліктних ситуацій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/57wha734>. Конфліктні ситуації, що виникають у сфері стипендіального забезпечення здобувачів вищої освіти, вирішуються стипендіальними комісіями факультетів, коледжів та університету в межах їх повноважень, відповідно до: Положення про порядок призначення і виплати академічних стипендій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/yd6bq6p9>; Положення про призначення та виплату соціальних стипендій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9r5dpwh>.

ПСИХОЛОГІЧНА ДОПОМОГА. Телефон довіри практичного психолога Марті Ірини Вадимівни (061)228-15-84, (099)253-78-73 (щоденно з 9 до 21).

УПОВНОВАЖЕНА ОСОБА З ПИТАНЬ ЗАПОБІГАННЯ ТА ВИЯВЛЕННЯ КОРУПЦІЇ
Запорізького національного університету: **Борисов Костянтин Борисович**
Електронна адреса: uv@znu.edu.ua Гаряча лінія: Тел. (061) 228-75-50

РІВНІ МОЖЛИВОСТІ ТА ІНКЛЮЗИВНЕ ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ. Центральні входи усіх навчальних корпусів ЗНУ обладнані пандусами для забезпечення доступу осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення. Допомога для здійснення входу у разі потреби надається черговими охоронцями навчальних корпусів. Якщо вам потрібна спеціалізована допомога, будь-

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАЗВА ФАКУЛЬТЕТУ

Силабус навчальної дисципліни



ласка, зателефонуйте (061) 228-75-11 (начальник охорони). Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення у ЗНУ: <https://tinyurl.com/ydhcsagx>.

РЕСУРСИ ДЛЯ НАВЧАННЯ. Наукова бібліотека: <http://library.znu.edu.ua>. Графік роботи абонементів: понеділок – п'ятниця з 08.00 до 16.00; вихідні дні: субота і неділя.

ЕЛЕКТРОННЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАННЯ (MOODLE): <https://moodle.znu.edu.ua>

Якщо забули пароль/логін, направте листа з темою «Забув пароль/логін» за адресою: moodle.znu@znu.edu.ua.

У листі вкажіть: прізвище, ім'я, по-батькові українською мовою; шифр групи; електронну адресу.

Якщо ви вказували електронну адресу в профілі системи Moodle ЗНУ, то використовуйте посилання для відновлення паролю <https://moodle.znu.edu.ua/mod/page/view.php?id=133015>.

Центр інтенсивного вивчення іноземних мов: <http://sites.znu.edu.ua/child-advance/>

Центр німецької мови, партнер Гете-інституту: <https://www.znu.edu.ua/ukr/edu/ocznu/nim>

Школа Конфуція (вивчення китайської мови): <http://sites.znu.edu.ua/confucius>

Школа Конфуція (вивчення китайської мови): <http://sites.znu.edu.ua/confucius>