

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «КЛІЄНТООРІЄНТОВАНЕ УПРАВЛІННЯ В NORECA»



Рівень вищої освіти

Освітньо-професійна програма

Загальний обсяг

Тривалість викладання

Обсяг навчальних занять

у т.ч. аудиторні заняття

лекції

практичні

Мова викладання

Другий (магістерський)

«Готельно-ресторанний
бізнес»

3 кредити ЄКТС

1-й семестр, 1-2 чверті

2025-2026 н.р.

90 год.

3 год/тиждень

1 година

2 години

українська

Кафедра, що викладає: маркетингу

Сторінка курсу в СДО НТУ «ДП»: <https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=7454>

Консультації: за окремим розкладом, погодженим зі здобувачами вищої освіти

Онлайн-консультації: Microsoft Teams – команда «Клієнтоорієнтоване управління в HoReCa»

Інформація про викладача:



Куваєва Тетяна Володимирівна

Завідувач кафедри маркетингу, кандидат
економічних наук, доцент

Персональна сторінка

<https://mk.nmu.org.ua/ua/kaff/kuvaeva.php>

E-mail: Kuvaieva.T.V@nmu.one

1. АНОТАЦІЯ ДО КУРСУ

Дисципліна «Клієнтоорієнтоване управління в HoReCa» належить до переліку обов'язкових навчальних дисциплін, що направлені на формування спеціальних фахових компетенцій здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти ОПП «Готельно-ресторанний бізнес» спеціальності J2 Готельно-ресторанна справа та кейтеринг на першому році навчання. Вона спрямована на формування системи знань та практичних навичок із клієнтоорієнтованого

управління у сфері HoReCa. У курсі розглядаються концепції сервісного маркетингу, стандарти обслуговування, технології управління клієнтським досвідом, методи підвищення лояльності гостей та ефективні комунікаційні інструменти у взаємодії з клієнтами.

Цей курс побудовано на засадах студентоцентрованого підходу (Student-Centered Approach), який розглядає здобувача вищої освіти як суб'єкта з власними унікальними інтересами, потребами і досвідом, спроможного бути самостійним і відповідальним учасником освітнього процесу.

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета дисципліни – формування системи знань і практичних навичок з клієнтоорієнтованого управління у сфері HoReCa, що передбачає вивчення потреб споживачів, аналіз стандартів сервісу та управлінських практик. Дисципліна спрямована на опанування сучасних підходів до створення клієнтоорієнтованої стратегії, організацію ефективної комунікації з гостями, управління якістю послуг і розвиток лояльності клієнтів у закладах готельно-ресторанного бізнесу.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Клієнтоорієнтоване управління в HoReCa» є:

- ознайомити студентів з основними принципами клієнтоорієнтованого управління та їх застосуванням у сфері HoReCa;
- сформувати розуміння потреб і очікувань споживачів у готельно-ресторанному бізнесі;
- навчити аналізувати стандарти сервісу та впроваджувати ефективні управлінські практики;
- розвинути навички побудови клієнтоорієнтованої стратегії розвитку закладу;
- опанувати інструменти організації ефективної комунікації з гостями та управління клієнтським досвідом;
- сприяти формуванню компетентностей у сфері управління якістю послуг та забезпечення високого рівня сервісу;
- розвинути практичні навички підвищення лояльності клієнтів та використання сучасних технологій для персоналізації послуг;
- сформувати вміння застосовувати етичні, інноваційні та сталі підходи до управління в HoReCa.

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

До дисципліни «Клієнтоорієнтоване управління в HoReCa» віднесено наступні результати навчання:

РН1	Розробляти і приймати ефективні рішення з питань розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу, враховуючи цілі, ресурси, обмеження та ризики, забезпечувати їх реалізацію, аналізувати і порівнювати альтернативи, оцінювати ризики та імовірні наслідки їх впливу
-----	---

PH2	Вільно спілкуватись усно і письмово українською та англійською мовами при обговоренні професійних питань, досліджень та інновацій в сфері готельно-ресторанного бізнесу
PH5	Оцінювати нові ринкові можливості, формулювати бізнес-ідеї та розробляти маркетингові заходи з за невизначених умов і вимог, що потребують застосування нових підходів, методів та інструментарію соціально-економічних досліджень
PH10	Відповідати за формування ефективної кадрової політики суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу, організаційні комунікації, розвиток професійного знання, оцінювання стратегічного розвитку команди, підбір та мотивування персоналу на ефективне вирішення професійних завдань
CPH1	Розробляти, просувати та надавати персоналізовані послуги відповідно до моделей роботи готельно-ресторанних комплексів, з урахуванням сучасних стратегій клієнтоорієнтованого управління

Реалізація поставлених завдань дозволяє забезпечити наступні дисциплінарні результати навчання:

- використовувати професійну українську та англійську термінологію у сфері HoReCa під час презентацій та дискусій;
- складати професійні документи (звіти, пропозиції, бізнес-листи) українською та англійською мовами;
- презентувати клієнтоорієнтовані управлінські рішення для професійної та міжнародної аудиторії;
- аналізувати поведінку споживачів у сфері HoReCa для виявлення нових можливостей;
- формувати клієнтоорієнтовані бізнес-ідеї та пропонувати інноваційні послуги;
- розробляти маркетингові програми з урахуванням мінливих умов ринку;
- використовувати методи мотивації та оцінювання ефективності роботи персоналу в HoReCa;
- організовувати внутрішні комунікації та професійний розвиток команди;
- визначати індивідуальні потреби клієнтів та адаптувати послуги під їхні очікування;
- створювати стандарти персоналізованого сервісу в готельно-ресторанному комплексі;
- просувати клієнтоорієнтовані послуги з використанням сучасних інструментів маркетингу та комунікацій.

4. СТРУКТУРА КУРСУ

Види та тематика навчальних занять	Внесок в загальну оцінку, %
<i>Лекції</i>	50
Тема 1. Сутність клієнтоорієнтованого управління у HoReCa	6
1.1. Концепція клієнтоорієнтованості та її значення для HoReCa	
1.2. Порівняння традиційних і клієнтоорієнтованих моделей управління.	

1.3. Вплив клієнтоорієнтованості на конкурентоспроможність закладу.	
Тема 2. Поведінка споживачів у готельно-ресторанному бізнесі	
2.1. Сегментація клієнтів у HoReCa.	8
2.2. Мотивація та очікування споживачів.	
2.3. Тренди споживчих уподобань.	
Тема 3. Управлінські рішення у сфері HoReCa	
3.1. Алгоритм прийняття управлінських рішень.	8
3.2. Аналіз ризиків та ресурсних обмежень.	
3.3. Порівняння та вибір оптимальної альтернативи.	
Тема 4. Комунікації в HoReCa: внутрішні та зовнішні.	
4.1. Стандарти професійної комунікації.	8
4.2. Особливості англомовного професійного спілкування.	
4.3. Інструменти ділової комунікації з клієнтами	
Тема 5. Маркетингові стратегії та клієнтоорієнтованість.	
5.1. Маркетингові програми для готельно-ресторанного бізнесу.	6
5.2. Інструменти цифрового маркетингу.	
5.3. Просування персоналізованих послуг.	
Тема 6. Якість сервісу та стандартизація послуг.	
6.1. Показники якості у готельно-ресторанному бізнесі.	8
6.2. Стандарти обслуговування клієнтів.	
6.3. Впровадження персоналізованих сервісних стандартів.	
Тема 7. Стратегічний розвиток закладів HoReCa.	
7.1. Стратегії зростання і диверсифікації.	6
7.2. Управління змінами в організації.	
7.3. Формування конкурентних переваг і довгострокової стійкості бізнесу	
Практичні заняття	50
1. Аналіз клієнтоорієнтованості закладу HoReCa	4
2. Організація маркетингових досліджень клієнтів в індустрії гостинності	5
3. Сегментація клієнтів і створення портрету споживача	8
4. Прийняття управлінського рішення в умовах ризику	8
5. Маркетингова стратегія комунікації з клієнтами	5
6. Розробка клієнтоорієнтованої маркетингової кампанії	5
7. Управління персоналом і сервісні стандарти	5
8. Якість у готельно-ресторанному бізнесі	5
9. Управління організаційними змінами у сфері HoReCa	5

Інформація для здобувачів заочної форми навчання. На сайті НТУ «ДП» розміщено графік навчального процесу. Протягом року передбачено заняття з

викладачем відповідно до розкладу: 4 год. лекційних занять, 4 год. практичних занять, решту годин здобувач опановує самостійно. Під час сесії здобувачі виконують практичні завдання, контрольні роботи. Умови завдань розміщено на сторінці курсу на платформі Moodle та в Microsoft 365. Форма контролю – диференційований залік.

5. ТЕХНІЧНЕ ОБЛАДНАННЯ ТА/АБО ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

На навчальних заняттях здобувачі повинні мати: гаджети з можливістю підключення до Інтернету; перевірений доступ до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; інстальований на ПК та /або мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point); активований акаунт університетської пошти на Office365. Можливість використання on-line застосунків, готель, кімнати підвищеного комфорту в аспірантському гуртожитку ЗВО.

6. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ТА ВИМОГИ

Оцінювання досягнень здобувачів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до Положення університету «Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти», <https://cutt.ly/RER787v>. Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання здобувача за дисципліною.

6.1. Шкали

Оцінювання навчальних досягнень здобувачів НТУ «ДП» здійснюється за рейтинговою (100-бальною) та інституційною шкалами. Остання необхідна (за офіційною відсутністю національної шкали) для конвертації (переведення) оцінок мобільних здобувачів.

Шкали оцінювання навчальних досягнень здобувачів НТУ «ДП»

Рейтингова	Інституційна
90...100	відмінно / Excellent
74...89	добре / Good
60...73	задовільно / Satisfactory
0...59	незадовільно / Fail

Кредити навчальної дисципліни зараховуються, якщо здобувач отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації.

6.2. Засоби та процедури

Здобувачі вищої освіти можуть отримати підсумкову оцінку з навчальної дисципліни на підставі поточного оцінювання знань за умови, якщо набрана кількість балів з поточного тестування та самостійної роботи складатиме не менше 60 балів.

Теоретична частина оцінюється за результатами здачі 2 контрольних робіт, кожна з яких містить запитання різного рівня складності (розподіл у відсотках за окремими темами див. в таблиці розділу 4). Загалом за 2 контрольні тестові роботи отримується максимум 50 балів, тобто 50 % від загальної оцінки за дисципліну.

Практичні роботи (9 робіт – у вигляді індивідуального завдання з кожної, розподіл у відсотках див. в таблиці розділу 4) звіт з кожної роботи формується в письмовому вигляді, загалом 6 практичних робіт враховуються як 50 % (максимум 50 бали). У сумі за практичну частину курсу при поточному оцінюванні отримується максимум 50 балів.

Отримані бали за теоретичну частину та практичні роботи додаються і є підсумковою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни. Максимально за поточною успішністю здобувач вищої освіти може набрати 100 балів.

Максимальне оцінювання поточного контролю в балах:

Теоретична частина	Практична частина	Разом
50	50	100

Підсумкове оцінювання (якщо здобувач вищої освіти набрав менше 60 балів та/або прагне поліпшити оцінку)	Залік відбувається у формі ККР, яка складається з 5 тестових запитань, два відкритих запитання, одне кейсове завдання. Кожний тест має один правильний варіант відповіді. Правильна відповідь на запитання тесту оцінюється у 5 бали. Правильна відповідь на відкрите запитання оцінюється у 20 балів. Повна відповідь на кейсове завдання оцінюється у 35 балів. Відкриті запитання оцінюються шляхом співставлення з еталонними відповідями. Максимальна кількість балів за ККР: 100
Практичні заняття	Розгляд та обговорення кейсів (відеокейсів). Вирішення практичних завдань. Максимально оцінюються у 50 балів.
Контрольні роботи з лекційного матеріалу	Охоплюють матеріали лекційного курсу. Містять тести та відкриті запитання. Максимально оцінюються у 50 балів (2 контрольні роботи по 25 балів/контрольна робота).

6.3. Критерії оцінювання *письмової контрольної роботи*:

15 тестових завдань з чотирма варіантами відповідей, 1 правильна

відповідь оцінюється у 1 бал.

Два відкритих запитання – 1 правильна відповідь оцінюється в 5 балів, причому:

5 балів – відповідність еталону, наведення прикладів з додаткової літератури

4 бали – відповідність еталону, правильна мова викладення матеріалу.

3 бали – відповідність еталону, помилки в граматиці та/або орфографії.

2 бали – зміст відповіді має стосунок до предмету запитання, проте не відповідає еталону, містить суттєві граматичні та орфографічні помилки, які ускладнюють розуміння тексту або викривляють зміст повідомлення.

1 бал – наявність текстової відповіді, яка не відповідає еталону, та/або не має стосунку до предмету запитання, містить суттєві граматичні та орфографічні помилки, які ускладнюють розуміння тексту або викривляють зміст повідомлення.

6.4 Критерії оцінювання **кейсів**:

8-10 балів: отримано правильну відповідь (згідно з еталоном), використано формули з поясненням змісту окремих їх складових, зазначено одиниці виміру.

6-7 бали: отримано правильну відповідь з незначними неточностями згідно з еталоном, використано формули з поясненням змісту окремих їх складових, зазначено одиниці виміру.

4-5 бали: отримано неправильну відповідь, проте використано формулу з поясненням змісту окремих її складових, зазначено одиниці виміру.

2-3 бали: отримано неправильну відповідь, проте не використано формулу з поясненням змісту окремих її складових та/або не зазначено одиниці виміру.

1 бал: наведено неправильну відповідь, до якої не надано жодних пояснень.

6.5. Критерії оцінювання **дискусій**:

8-10 балів: активна участь у дискусії (виступи, коментарі, активне слухання), володіння навчальним матеріалом, наведення аргументованих відповідей із посиланням на джерела.

6-7 бали: активна участь у дискусії (виступи, коментарі, активне слухання), володіння навчальним матеріалом з незначними помилками за сутністю обговорюваних питань.

4-5 бали: активна участь у дискусії (виступи, коментарі, активне слухання) без достатнього володіння навчальним матеріалом, що має стосунок до теми обговорення.

2-3 бали: залученість до дискусії викладачем, неуважність, відсутність достатніх знань про предмет обговорення.

1 бал: залученість до дискусії викладачем, небажання брати участь в дискусії, відсутність достатніх знань про предмет обговорення.

7. ПОЛІТИКА КУРСУ

7.1. Політика щодо академічної доброчесності

Академічна доброчесність здобувачів вищої освіти є важливою умовою для опанування результатами навчання за дисципліною і отримання задовільної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Академічна доброчесність базується на засудженні практик списування (виконання письмових робіт із залученням зовнішніх джерел інформації, крім дозволених для використання), плагіату (відтворення опублікованих текстів інших авторів без зазначення авторства), фабрикації (вигадування даних чи фактів, що використовуються в освітньому процесі). Політика щодо академічної доброчесності регламентується «Положенням про систему запобігання та виявлення плагіату у Національному технічному університеті «Дніпровська політехніка»», <https://cutt.ly/mERLa5A>, Кодекс академічної доброчесності Національного технічного університету «Дніпровська політехніка», <https://cutt.ly/vERLfxF>. У разі порушення здобувачем вищої освіти академічної доброчесності (списування, плагіат, фабрикація), робота оцінюється незадовільно та має бути виконана повторно. При цьому викладач залишає за собою право змінити тему завдання.

7.2. Комунікаційна політика.

Здобувачі вищої освіти повинні мати активовану університетську пошту.

Обов'язком здобувача вищої освіти є перевірка поштової скриньки на Office365 та відвідування групи у Teams.

Протягом самостійної роботи обов'язком здобувача вищої освіти є робота з дистанційним курсом «Клієнтоорієнтоване управління в HoReCa».

Усі письмові запитання до викладачів стосовно курсу мають надсилатися на університетську електронну пошту або в чат Teams.

7.3. Політика щодо перескладання

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

7.4. Відвідування занять

З 24.02.2022 р. реалізація освітньої діяльності відбувається в умовах правового режиму воєнного стану. Наявна низка небезпек: повітряні тривоги, ризики припинення енергозабезпечення, мобільного та Інтернет-зв'язку. Згідно з наказами по університету освітня діяльність здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти всіх форм навчання здійснюється з використанням дистанційних технологій через синхронні та асинхронні комунікації.

Відвідування онлайн лекцій та практичних занять реалізується через приєднання до «команди» Microsoft Teams. Під час повітряної тривоги заняття перериваються і продовжуються лише за умов перебування учасників освітнього процесу у захищених приміщеннях. Викладачем (за технічної та безпекової

можливості) здійснюється запис заняття для підтримки асинхронного формату навчання.

У випадках відсутності енергозабезпечення, мобільного та Інтернет-зв'язку викладачем забезпечується асинхронний формат навчання та комунікація зі здобувачами за допомогою каналів зв'язку, що функціонують.

Про причини неможливості взяти участь в онлайн заняттях, ускладненні доступу до матеріалів на дистанційних платформах НТУ «ДП» тощо здобувач вищої освіти має повідомити викладача в особистих повідомленнях чатів Microsoft Teams, або листом на корпоративну е-пошту НТУ «ДП», або через старосту чи представника адміністрації факультету.

7.5. Політика щодо оскарження оцінювання.

Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням його знань, він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку згідно Положення про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» (<https://cutt.ly/mrBXXTMI>)

7.6. Бонуси.

Здобувачі вищої освіти, які приймають участь у конференціях, конкурсах тощо отримують додатково 5 балів до підсумкової оцінки.

7.7. Участь в анкетуванні.

Наприкінці вивчення курсу та перед початком сесії здобувачу вищої освіти буде запропоновано анонімно заповнити електронні анкети, які дозволять оцінити дієвість застосованих методів викладання та врахувати ваші пропозиції стосовно покращення змісту навчальної дисципліни «Клієнтоорієнтоване управління в HoReCa».

8. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

– лекційно-пояснювальний метод – передача теоретичних знань з використанням прикладів і візуалізації;

– метод кейсів – розбір реальних чи змодельованих ситуацій у HoReCa для відпрацювання процедур ухвалення управлінських рішень;

– метод проблемних запитань – стимулювання критичного мислення через дискусію навколо актуальних дилем;

– брейнстормінг – колективна генерація бізнес-ідей і пошук інноваційних рішень;

– рольові ігри – моделювання професійних ситуацій у сфері сервісу та управління персоналом;

– метод проєктів – розробка власних маркетингових стратегій з подальшим захистом;

– аналіз ринкових даних – робота зі статистикою, звітами та трендами для формування висновків;

- SWOT- та PESTEL-аналіз – оцінка внутрішніх і зовнішніх факторів розвитку закладу HoReCa;
- імітаційні та ділові ігри – практичне відпрацювання навичок прийняття рішень в умовах ризику.
- презентаційно-дискусійний метод – представлення студентами результатів завдань із подальшим колективним обговоренням.

9. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Клієнтоорієнтоване управління в HoReCa [Електронний ресурс] : конспект лекцій для здобувачів ступеня магістра освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанний бізнес» спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа / Т.В. Куваєва ; М-во освіти і науки України, Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка». - Дніпро : НТУ «ДП», 2024. - 25 с.
2. Клієнтоорієнтоване управління в HoReCa [Електронний ресурс] : методичні рекомендації до виконання практичних робіт для здобувачів ступеня магістра освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанний бізнес» спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа / Т.В. Куваєва ; М-во освіти і науки України, Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка». - Дніпро : НТУ «ДП», 2024. - 20 с.
3. Соколова Л. В. Теоретично-практичні аспекти маркетингового дослідження споживчих переваг на продуктовому ринку. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. Інновації: монографія. Харків: ТОВ «Друкарня Мадрид», 2022. С. 240-269.
4. Куваєва Т., Решетілова Т. Дослідження споживачів у процесі створення та розповсюдження інноваційних товарів. *Економічний простір*, 2021. №168, 67-71.
5. Безугла Л.С., Куваєва Т.В. Формування соціально-етичного маркетингу в діяльності організацій. *Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу. Серія: Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості*. 2021, № 2 (24), С.69-77 [https://doi.org/10.31471/2409-0948-2021-2\(24\)-69-77](https://doi.org/10.31471/2409-0948-2021-2(24)-69-77)
6. Безугла, Л., Куваєва, Т., Герасименко, Т. Проблеми та перспективи розвитку інклюзивного туризму в Україні та Європі. *Економіка та суспільство*, 2022, (43). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-3>
7. Куваєва Т., Пілова К., Магеррамова І. Етика маркетингу та соціальна відповідальність як основа побудови клієнтоорієнтованої стратегії підприємства. *Економіка та суспільство*. 2021. №29. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-13>
8. Kandampully, J., Zhang, T., & Bilgihan, A. (2018). Customer experience management in hospitality: A literature synthesis, new understanding, and research agenda. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), 21–56. DOI: 10.1108/IJCHM-10-2015-0549.
9. Weru, J., Fwaya, E. V., & Nzulwa, J. D. (2017). The role of a customer-oriented service culture in influencing customer retention in the hotel industry. *European*

Journal of Hospitality and Tourism Research, 5(1), 1–21.

10. Lim, W. M., Jee, T. W., & Sia, J. K. M. (2024). Customer-oriented behavior in full-service restaurants: The mediating role of emotional intelligence. *Journal of Foodservice Business Research*, 27(4), 425-446. DOI: 10.1080/1528008X.2024.2394953.

11. Цвілій, С. М., Кукліна, Т. С., Зайцева, В. М. Маркетинг в готельно-ресторанному господарстві : навчальний посібник. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка». 2023. 260 с.