ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою факультету бізнесу та сфер обслуговування

28 серпня 2025 р., протокол № 7

Голова Вченої ради

_____ Галина ТАРАСЮК

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «REVENUE - МЕНЕДЖМЕНТ»

для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «магістр»
спеціальності J2 «Готельно-ресторанна справа та кейтеринг»
освітньо-професійна програма «Готельно-ресторанна справа»
факультет бізнесу та сфери обслуговування
кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Схвалено на засіданні кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
26 серпня 2025 р.,
протокол №5

Завідувач кафедри

_____ Альона КЛИМЧУК

Гарант освітньо-професійної програми

_____ Альона КЛИМЧУК

Розробник: д.е.н., професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Альона КЛИМЧУК

Житомир
2025 – 2026 н.р.

Робоча програма навчальної дисципліни «Revenue - менеджмент» для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «магістр» спеціальності J2 «Готельно-ресторанна справа та кейтеринг» освітньо-професійна програма «Готельно-ресторанна справа» затверджена Вченою радою факультету бізнесу та сфери обслуговування від 28 серпня 2025 р., протокол № 7.

1. Опис навчальної дисципліни

<table>
<tr><td rowspan="2">Найменування показників</td><td rowspan="2">Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь</td><td colspan="2">Характеристика навчальної дисципліни</td></tr>
<tr><td>денна форма здобуття вищої освіти</td><td>заочна форма здобуття вищої освіти</td></tr>
<tr><td>Кількість кредитів - 6</td><td>Галузь знань:
J «Транспорт та послуги»</td><td colspan="2">Нормативна</td></tr>
<tr><td>Модулів – 2</td><td rowspan="4">Спеціальність:
J «Готельно-ресторанна справа та кейтеринг»</td><td colspan="2">Рік підготовки:</td></tr>
<tr><td>Змістових модулів – 2</td><td>1-й</td><td>-</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Загальна кількість годин - 180</td><td colspan="2">Семестр</td></tr>
<tr><td>1-й, 2-й</td><td>-</td></tr>
<tr><td rowspan="11">Тижневих годин для денної форми навчання:
аудиторних - 3
самостійної роботи – 2</td><td rowspan="11">Освітній ступінь «магістр»</td><td colspan="2">Лекції</td></tr>
<tr><td>48 год.</td><td>-</td></tr>
<tr><td colspan="2">Практичні</td></tr>
<tr><td>32 год.</td><td>-</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лабораторні</td></tr>
<tr><td>0 год.</td><td>-</td></tr>
<tr><td colspan="2">Самостійна робота</td></tr>
<tr><td>100 год.</td><td>-</td></tr>
<tr><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="2">Вид контролю:
1-й семестр – залік,
2-й семестр – екзамен</td></tr>
</table>

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної та індивідуальної роботи становить:

для денної форми здобуття вищої освіти – 44% аудиторних занять, 56% самостійної та індивідуальної роботи.

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою вивчення дисципліни «Revenue менеджмент» є формування у майбутніх фахівців з туристичної, готельної і ресторанної справи знань щодо проведення заходів з оптимізації системи управління попитом, доходами та витратами туристичних підприємств,готелів і ресторанів.

Основні завдання навчальної дисципліни «Revenue - менеджмент» полягають в опануванні теоретичних та практичних питань операційного підходу до створення оптимального рішення в сфері управління попитом та продажами в туристичних підприємствах, готелях та ресторанах, зокрема:

- особливостей ціноутворення підприємств індустрії гостинності та стратегії ціноутворення;
- моделювання попиту та економічних умов невизначеності з якими стикаються особи, що приймають рішення;
- методики виявлення резервів доходу підприємства;
- базових стратегій управління доходами та витратами туристичних підприємств,готелів та ресторанів;
- методики і особливості збору і обробки інформації в системах управліннядоходами та витратами підприємств;
- аналізу показників прибутковості туристичних підприємств, готелів та ресторанів.

Предметом вивчення навчальної дисципліни «Revenue – менеджмент» є аналіз ринку та попиту, цінова політика, розробка гнучких стратегій ціноутворення, тариф на послуги залежно від попиту та сезонності, управління доступністю продуктів або послуг, ефективне розподілення ресурсів, використання спеціалізованих програмних рішень для збору даних, аналізу тенденцій та автоматизації процесів прийняття рішень, стратегії підвищення доходів.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен ***вміти:***

– виявляти потреби споживача, працювати в «контактній зоні» як сфері реалізації сервісної діяльності для забезпечення завантаженості готелю;

– формувати цінову політику туристичного підприємства, готелю та ресторану зурахуванням сегментації клієнтської бази;

– формувати політику продаж на підприємствах індустрії гостинності;

– планувати завантаженість готелю та ресторану;

– оцінювати можливості бізнесу для оптимізації доходів та витрат, що

застосовуються до різних бізнес-середовищ;

– розв'язувати нестандартні задачі в області теорії управління доходами та аналізу динамічного ціноутворення при виборі оптимальної стратегії продаж.

Зміст навчальної дисципліни направлений на формування наступних **компетентностей**, визначених стандартом вищої освіти зі спеціальності J2 «Готельно-ресторанна справа та кейтеринг»:

інтегральна компетентність:

Здатність розв’язувати складні задачі дослідницького та/або інноваційного характеру готельно-ресторанної справи.

загальні компетентності (ЗК):

ЗК1. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

ЗК3. Здатність до аналізу, оцінки, синтезу, генерування нових ідей.

фахові (спеціальні) компетентності (ФК):

СК 10. Здатність застосовувати принципи соціальної відповідальності в діяльності суб’єктів готельного та ресторанного бізнесу.

Отримані знання з навчальної дисципліни стануть складовими наступних **програмних результатів** навчання за спеціальністюі 241 «Готельно-ресторанна справа»:

ПРН 1. 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.

ПРН 7. Досліджувати моделі розвитку міжнародних та національних готельних і ресторанних мереж (корпорацій).

ПРН 8. Ініціювати, розробляти та управляти проектами розвитку суб’єктів готельного та ресторанного бізнесу із врахуванням інформаційного, матеріального, фінансового та кадрового забезпечення.

ПРН 9. Застосовувати спеціалізоване програмне забезпечення для розв’язання задач управління основними та допоміжними бізнес-процесами суб’єктів готельного та ресторанного бізнесу.

Під час вивчення навчальної дисципліни здобувачі вищої освіти зможуть отримати додатково наступні Soft skills:

- *комунікативні навички*: письмове, вербальне й невербальне спілкування; уміння грамотно спілкуватися по e-mail; вести дискусію і відстоювати свою позицію; навички працювати в команді;

- *уміння виступати привселюдно*: навички, необхідні для виступів на публіці; навички проведення презентації;

- *керування часом:* уміння справлятися із завданнями вчасно;

- *гнучкість і адаптивність:* гнучкість, адаптивність і здатність змінюватися; уміння аналізувати ситуацію, орієнтування на вирішення проблеми;

- *лідерські якості*: уміння спокійно працювати в напруженому середовищі; уміння ухвалювати рішення; уміння ставити мету, планувати діяльність;

- *особисті якості:* креативне й критичне мислення; етичність, чесність, терпіння, повага до оточуючих.

3. Програма навчальної дисципліни

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ЦІНОУТВОРЕННЯ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Тема 1. Основи Revenue - менеджменту (ІК, ЗК 1, СК 10, ПРН 1)

Огляд методології дисципліни. Історія виникнення «revenue менеджменту». Структура навчальної дисципліни. Роль «Revenue менеджменту» у діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Обов'язки revenue менеджера у закладах гостинності.

Тема 2. Основи формування цінової політики в готельному та ресторанному бізнесі (ІК, ЗК 3, СК 10, ПРН 1)

Основи формування цінової політики в готельному бізнесі, інформаційним середовищем в RM і його впливом на мікро- та макродані, навчитись розраховувати та проводити моніторинг показників RM та поріг беззбитковості.

Тема 3. Ціноутворення з позиції Revenue – менеджменту (ІК, ЗК 3, СК 10, ПРН 1)

Основи формування ціннісно-орієнтованої цінової політики. Практичні аспекти контролю результативності цінових стратегій. Формування цінових стратегій у закладах готельно-ресторанного бізнесу.

Тема 4. Цінове та тарифне сегментування (ІК, ЗК 3, СК 10, ПРН 1)

Сегментація ринку. Відбір цільових ринків. Позиціонування продуктів та послуг на ринку. Репозиціонування продуктів та послуг на ринку. Оцінка готельно-ресторанного ринку певного населеного пункту чи регіону.

Тема 5. Інструменти прогнозування попиту та оптимізації продаж (ІК, ЗК 1, 3, СК 10, ПРН 7, 9)

Прогнозування як стратегічний інструмент. Інструменти аналізу та

контролю ринкового середовища. Прогнозування цін за допомогою спеціальних методів. Поняття збутової політики підприємств індустрії гостинності. Методи збуту товарів та послуг. Канали розподілу, їх сутність та призначення. Діджиталізація збутової політики на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу.

Тема 6. Контроль результативності цінових стратегій (ІК, ЗК 1, 3, СК 10, ПРН 9)

Контролювати цінову стратегію за допомогою мультиплікаторів прибутку, застосовувати на практиці Практичні аспекти контролю результативності цінових стратегій.

Тема 7. Цінова політика для нестандартних ситуацій (ІК, ЗК 1, СК 10, ПРН 1)

Отримувати необхідну інформацію про ситуацію на ринку; вміти проводити цінову політику для нестандартних ситуацій.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. УПРАВЛІННЯ ДОХОДАМИ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Тема 8. Основи використання системи управління доходами в готельно-ресторанному бізнесі (ІК, ЗК 3, СК 10, ПРН 1, 8)

Впроваджувати систему управління доходами. Моделювати споживче бронювання. Моделювати процеси управління доходами. Розподіляти потужності підприємства.

Тема 9. Управління доходами підприємств індустрії гостинності як функція Revenue - менеджменту (ІК, ЗК 1, СК 10, ПРН 1)

Формування ефективної системи управління доходами готельно-ресторанного підприємства. Оптимізація доходів на основі контролю за цінами. Оптимізація доходів на основі бронювання. Управління доходами від додаткових послуг в готелі (ресторані).

Тема 10. Управління доходами від додаткових послуг наданих підприємствами індустрії гостинності (ІК, ЗК 1, СК 10, ПРН 9)

Управління доходами майданчиків для заходів. Обмеження і характеристики площ. Динамічне ціноутворення конференц-майданчиків та основні характеристики попиту. Складання звітів з використання конференц-майданчиків.

Ключові індикатори використання конференц-майданчиків: REVPAM (Revenue per Available Square Meter), CONPAM (Contribution per Available

Square Meter), RevPASH (Revenue Per Available Seat Hour), ConPAST (Contribution per Available Space Time).

Формування доходів в департаменті F&B (ресторан, кафе, бар). Система показників, що впливають на управління доходами: середній чек, оборотність місця, собівартість продуктів. Динамічне ціноутворення бенкетних послуг на основі характеристик попиту. Застосування розрахунку ціни на квадратний метр. Узгодження ціни і технічних обмежень.

Формування доходів в оздоровчих центрах (фітнес, SPA, Welness). Система показників, що впливають на управління доходами в оздоровчих центрах готелю. Програмне забезпечення систем управління заходами.

Тема 11. Канали розподілу готельних та ресторанних послуг (ІК, ЗК 3, СК 10, ПРН 8, 9)

Стратегії успішного on-line маркетингу готельного підприємства. Туроператори (вибір, облік сезонності, вартість каналу), on-line портали, on-line агентства, глобальні системи бронювання (позиціонування, вартість каналу, реклама), власний web-сайт (позиціонування, підвищення ефективності, кращі сайти).

Соціальні мережеві технології, їх застосуванням в готельному бізнесі: FaceBook, Twitter, Google Places, TripAdvisor, Yelp, Flickr, Panoramia. блоги, мобільні додатки, соціальні системи. CRM. Зрозуміти процес організації системи управління клієнтами в готельному бізнесі; динамічних і цільових комунікацій.

Тема 12. Оцінка системи Revenue-менеджменту (ІК, ЗК 3, СК 10, ПРН 8, 9)

Аналіз ключових показників (KPI): RevPAR, ADR, Occupancy, GOPPAR, NRevPAR, Pick-up. Методи оцінки ефективності цінової політики: динамічне ціноутворення, сегментація ринку, тарифні стратегії (BAR, Non-Refundable, Last Minute). Оцінка каналів продажу в контексті доходності: OTA, GDS, туроператори, прямі продажі, корпоративні контракти — оцінка рентабельності каналу, комісій, конверсій.

Системи та технології revenue-менеджменту: RMS, автоматизовані моделі прогнозування, інтеграція з PMS/CRM. Управління попитом і пропозицією: сезонність, події, групові бронювання, овербукінг, контроль обмежень (LOS, CTA, MIN/MAX stay).

Роль онлайн-маркетингу в збільшенні доходності: оптимізація сайту, рекламні кампанії, управління репутацією, соціальні мережі.

Вплив CRM на доходи: персоналізація пропозицій, повторні продажі, управління лояльністю, цільові комунікації.

Методи підвищення загальної прибутковості: upselling, cross-selling, оптимізація додаткових послуг (F&B, SPA, конференції). Комплексна оцінка ефективності системи Revenue-менеджменту: порівняння результатів, аналіз динаміки доходів, виявлення проблемних зон, рекомендації щодо покращення.

4. Структура (тематичний план) навчальної дисципліни

Змістові модулі і теми	Кількість годин			
	денна форма здобуття вищої освіти			
	усього	лекції	практичні	самостійна робота
МОДУЛЬ 1.				
Змістовий модуль 1. Ціноутворення в готельно-ресторанному бізнесі				
Тема 1. Основи Revenue-менеджменту	12	4	2	6
Тема 2. Основи формування цінової політики в готельному та ресторанному бізнесі	14	4	2	8
Тема 3. Ціноутворення з позиції Revenue-менеджменту	12	2	2	8
Тема 4. Цінове та тарифне сегментування	14	4	2	8
Тема 5. Інструменти прогнозування попиту та оптимізації продаж	12	4	2	6
Тема 6. Контроль результативності цінових стратегій	12	2	2	8
Тема 7. Цінова політика для нестандартних ситуацій	14	4	4	6
Разом змістовий модуль 1	***90***	***24***	***16***	***50***
МОДУЛЬ 2.				
Змістовий модуль 2. Управління доходами в готельно-ресторанному бізнесі				
Тема 8. Основи використання системи управління доходами в готельно-ресторанному бізнесі	16	4	2	10
Тема 9. Управління доходами підприємств індустрії гостинності як функція Revenue-менеджменту	18	4	4	10
Тема 10. Управління доходами від додаткових послуг наданих підприємствами індустрії гостинності	18	4	4	10
Тема 11. Канали розподілу готельних та ресторанних послуг	18	6	2	10
Тема 12. Оцінка системи Revenue-менеджменту в готелі	20	6	4	10
Разом змістовний модуль 2	***90***	***24***	***16***	***50***
ВСЬОГО	***180***	***48***	***32***	***100***

5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
		Денна форма здобуття вищої освіти

МОДУЛЬ 1.		
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ЦІНОУТВОРЕННЯ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ		
1	Основи Revenue менеджменту	2
2	Основи формування цінової політики в готельному та ресторанному бізнесі	2
3	Ціноутворення з позиції Revenue менеджменту	2
4	Цінове та тарифне сегментування	2
5	Інструменти прогнозування попиту та оптимізації продаж	2
6	Контроль результативності цінових стратегій	2
7	Цінова політика для нестандартних ситуацій	4
МОДУЛЬ 2.		
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. УПРАВЛІННЯ ДОХОДАМИ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ		
8	Основи використання системи управління доходами в готельно-ресторанному бізнесі	2
9	Управління доходами підприємств індустрії гостинності як функція Revenue менеджменту	4
10	Управління доходами від додаткових послуг наданих підприємствами індустрії гостинності	4
11	Канали розподілу готельних та ресторанних послуг	2
12	Оцінка системи Revenue-менеджменту в готелі	4
	Разом	32

6. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин Денна форма здобуття вищої освіти
МОДУЛЬ 1.		
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ЦІНОУТВОРЕННЯ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ		
1	**Тема 1. Основи Revenue менеджменту** 1. Еволюція методу «Revenue менеджмент» (систематизація підходів та визначень RM). 2. Можливості застосування методу RM. 3. Філософія і принципи методу RM. 4. Функції Revenue менеджера.	6
2	**Тема 2. Основи формування цінової політики в готельному та ресторанному бізнесі** 1. Процес управління доходами. 2. Показники прибутковості підприємства. 3. Управління складовими Revenue менеджменту.	8
3	**Тема 3. Ціноутворення з позиції Revenue менеджменту** 1. Основні критерії та фактори, що впливають на ціноутворення в готелях і ресторанах. Залежність ціни від фази життєвого циклу готельного продукту.	8

	2. Стратегії ціноутворення в системі управління доходами. 3. Розрахунок оптимальної середньої ціни на номер.	
4	**Тема 4. Цінове та тарифне сегментування** 1. Сутність та методи цінового сегментування. 2. Інструменти цінового позиціювання. 3. Цінова сегментація та диференціація. 4. Тарифна сегментація і тарифні бар'єри. 5. Практичне закріплення методів сегментного квотування.	8
5	**Тема 5. Інструменти прогнозування попиту та оптимізації продаж** 1. Стратегія і тактика позиціонування підприємства. 2. Впровадження системи обмеження тривалості проживання. 3. Практичне закріплення прогнозування завантаження потужностей підприємства. 4. Метод прогнозування очікуваної величини середньої вартості продукту. 5. Прогнозування ціни для груп та індивідуальних клієнтів. 6. Аналітика та інструментарії в ОТА. 7. Інструменти бізнес-аналітики (BI-bisinee intelligent). 8. RMS (revenue management system) – системи управління доходом.	6
6	**Тема 6. Контроль результативності цінових стратегій** 1. Інструменти аналізу та контролю продаж Rate Shopper. 2. Види цінової дискримінації. 3. Практична методика оцінювання наслідків зміни ціни. 4. Мультиплікатор прибутку, як основа контролю заходів з просування продаж та динамічного ціноутворення.	8
7	**Тема 7. Цінова політика для нестандартних ситуацій** 1. Оцінка необхідних витрат при нестандартній ситуації. 2. Діагностики меню при готелі ресторану. 3. Аналіз змін обсягів продажу. 4. Моніторинг і оцінка факторів, які впливають на збільшення прибутку.	6
МОДУЛЬ 2.		
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. УПРАВЛІННЯ ДОХОДАМИ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ		
8	**Тема 8. Основи використання системи управління доходами в готельно-ресторанному бізнесі** 1. Елементи, що включаються в автоматизовану систему управління доходами. 2. Розрахунок додаткового доходу на гостя. 3. Стратегії управління доходами 4. Практичне застосування моделі споживчого бронювання «Newsboy». 5. Практичне застосування методу критичного бронювання. 6. Альтернативні методи бронюванню.	10
9	**Тема 9. Управління доходами підприємств індустрії гостинності як функція Revenue менеджменту**	10

	1. Вплив оптимальної ціни на коефіцієнт прибутковості підприємства (метод статистики доходів). 2. Контроль результативності цінових стратегій. 3. Практичне закріплення методу аналізу беззбитковості в управлінні прибутковістю підприємства. 4. Практичне застосування «дикого» овербукингу. 5. Практичне застосування квоти місць. 6. Практичне застосування бронювання в останню хвилину.	
10	**Тема 10. Управління доходами від додаткових послуг наданих підприємствами індустрії гостинності** 1. Аналіз ефективності продажів бенкетних заходів з урахуванням продажів номерів. 2. Програмне забезпечення систем управління банкетними заходами. 3. Ключові індикатори використання конференц-майданчиків. 4. Програмне забезпечення систем управління конференц заходами.	10
11	**Тема 11. Канали розподілу готельних та ресторанних послуг** 1. Підвищення ефективності електронних каналів розподілу. 2. Соціальні мережеві технології, їх застосування в готельному бізнесі. 3. Upselling.	10
12	**Тема 12. Оцінка системи Revenue-менеджменту в готелі** 1. Основні показники (KPI) використовуються для оцінки ефективності системи Revenue-менеджменту в готелі. 2. Рентабельність та ефективність різних каналів продажу (OTA, GDS, прямі бронювання, туроператори). 3. Роль динамічного ціноутворення та сегментації ринку в підвищенні доходів готельного підприємства. 4. Інструменти та технології (RMS, PMS, CRM) які підтримують процес прийняття рішень у Revenue-менеджменті 5. Сезонність, події та тенденції попиту впливають на стратегії прогнозування та тарифну політику. 6. Методи оцінки ефективності роботи Revenue-менеджера та всієї системи управління доходами застосовуються на підприємстві.	10
	Разом	100

7. Індивідуальні завдання

Індивідуальним самостійним завданням під час вивчення дисципліни «Revenue -менеджменту» є написання доповідді та презентації її.

Порядок підготовки доповіді:

– визначення теми дослідження;

– аналіз літератури за темою дослідження;

– визначення проблемного питання в рамках теми дослідження;

– формулювання назви доповідей;

– узгодження назви доповіді та напряму дослідження з науковим

керівником;

– написання доповіді.

Пропонована тематика написання та презентації доповідей є наступною:

1. Сутність, історія становлення та передумовами виникнення Revenue менеджменту як способу управління доходами.
2. Об’єкт та функції управління доходами. Можливості застосування та значення Revenue менеджменту в сфері послуг.
3. Цілі застосування, функції та складові елементи Revenue менеджменту.
4. Еволюція наукових підходів до «Revenue менеджмент». Значення Revenueменеджменту для розвитку підприємств сфери послуг.
5. Філософія та принципи Revenue менеджменту.
6. Етапи аналізу ефективності управління доходами. Індекси ефективностіосновної діяльності готелю.
7. Середній відпускний тариф (ADR).
8. RevPAR (середній дохід на номер) та його значення у формуванні тарифноїполітики готелю.
9. DOUBLE OCCUPANCY як інструмент оцінки позиціонування готелю.
10. RevPAC як інструмент оцінки політики продаж та професіоналізму менеджерів.
11. Підхід до оптимізаційної проблеми в умовах обмежених потужностей. Вплив зрушень попиту.
12. Основи оптимізації цін. Спеціальні ціни. Запит на продукт (Request ForProposal -RFP). Запит на ціну (Request For Quotation - RFQ).
13. Крива виграшу / програшу. Логістична регресія. Сезонні ціни на готельні (ресторанні та туристичні) послуги. Краща ціна (Best available rate - BAR).
14. Визначення мінімальної ціни продажу номера.
15. Ціноутворення для груп та індивідуальних клієнтів.
16. Структура тарифів.
17. Тактика цінового диференціювання.
18. Можливості застосування теорії перспектив.
19. Тактичні прийоми зниження незадоволеності сприйняття споживачемдиференціювання.
20. Ціноутворення в залежності від фази життєвого циклу продукту.
21. Цінове позиціювання як основа ефективних продаж.
22. Сегментування за характеристиками продукту. Неповноцінні блага, благанижчої якості.
23. Ефекти канібалізації, «поїдання» частки ринку одних готельних (ресторанних та туристичних) послуг іншими.
24. Політика маркетингу щодо тарифів.

25. Принцип тарифної сегментації. Принцип тарифного бар'єру.

26. Оптимізація системи знижок. Оцінка чутливості до знижок.

27. Двоперіодна модель сегментування.

28. Ринкові індекси та показники: ринкова частка (Market Share); MPI (Market Penetration Index); ARI (Average Rate Index); RGI (Revenue Generatio index).

29. Інструменти передбачення структури попиту.

30. Календар попиту готелю. Впровадження системи обмеження тривалості проживання.

31. Програмне забезпечення розробки прогнозів продаж в готелі (ресторані, туристичному підприємстві).

32. Інструменти аналізу та контролю: Rate Shopper; аналітика та інструментарі в ОТА; інструменти бізнес-аналітики (BI-bisinee intelligent); RMS (revenue management system) – системи управління доходом.

33. Стратегія і тактика позиціонування готелю (ресторану, туристичного підприємства).

34. Стратегічне бюджетування; бюджетування по днях та сегментам.

35. Моделювання процесу управління доходами (метод Booking Profile (BP); двоступенева модель Літтлвуда; метод EMSRb).

36. Вимірювання ефективності системи управління доходами та витратами.

37. Управління доходами при групових бронюваннях.

38. Модель споживчого бронювання; модель «Newsboy»; метод критичного рівня.

39. Механізми контролю рівня бронювання.

40. Розподіл потужностей готельного (ресторанного) підприємства.

41. Методики підвищення ефективності інформації про послуги готельного (ресторанного, туристичного) підприємства, розробка готельних (ресторанних,туристичних) директорій та інших рекламних матеріалів.

42. Аналіз непопулярних послуг і можливостей для збільшення їх продажів.

43. Управління доходами та витратами від додаткових послуг заходів.

44. Динамічне ціноутворення банкетних і конференц-майданчиків на основі характеристик попиту.

45. Застосування розрахунку ціни на квадратний метр.

46. Складання звітів по використанню конференц-майданчиків.

47. Зіставлення і злиття прогнозу завантаження і прогнозу використання конференц-майданчиків.

48. Аналіз ефективності продажів банкетних заходів з урахуванням продажів номерів.

49. Ключові індикатори використання конференц-майданчиків: REVPAM

(Revenue per Available Square Meter), CONPAM (Contribution per Available Square Meter), RevPASH (Revenue Per Available Seat Hour), ConPAST (Contribution per Available Space Time).

50. Розробка спеціальних пакетів для каналів розподілу.

51. Стратегії успішного on-line маркетингу готельного (ресторанного, туристичного) підприємства.

52. Паритетні ціни і комісії on-line. Важливість ефекту «останньої хвилини». Важливість репутації он-лайн-ресурсу.

53. Підвищення ефективності електронних каналів розподілу.

54. Соціальні мережеві технології, їх застосування в готельному (ресторанному, туристичному) бізнесі: FaceBook, Twitter, Google Places, TripAdvisor, Yelp, Flickr, Panoramia, блоги, мобільні додатки, соціальні системи. CRM.

8. Методи навчання

Під час викладання навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання.

Результат навчання	Методи навчання
ПРН 1. 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.	– Вербальні методи (лекція, пояснення) – Наочні методи (презентація) – Практичні методи (вирішення кейсів) – Дискусійний метод – Дослідницький метод – Проблемний метод – Методи самостійної роботи (анотування опрацьованого матеріалу, виконання завдань, проведення розрахунків, підготовка доповідей)
ПРН 7. Досліджувати моделі розвитку міжнародних та національних готельних і ресторанних мереж (корпорацій).	– Вербальні методи (лекція, пояснення) – Наочні методи (презентація) – Практичні методи (вирішення кейсів) – Дискусійний метод – Дослідницький метод – Метод активного навчання (проведення ділових ігор) – Методи самостійної роботи (анотування опрацьованого матеріалу, виконання завдань, підготовка доповідей)
ПРН 8. Ініціювати, розробляти та управляти проектами розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу із врахуванням інформаційного, матеріального, фінансового та кадрового забезпечення.	– Вербальні методи (лекція, пояснення) – Наочні методи (презентація) – Практичні методи (вирішення кейсів) – Дискусійний метод – Дослідницький метод – Метод активного навчання (проведення ділових ігор)

Результат навчання	Методи навчання
	– Методи самостійної роботи (анотування опрацьованого матеріалу, виконання завдань, підготовка доповідей)
ПРН 9. Застосовувати спеціалізоване програмне забезпечення для розв'язання задач управління основними та допоміжними бізнес-процесами суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.	– Вербальні методи (лекція, пояснення) – Наочні методи (презентація) – Практичні методи (вирішення кейсів) – Дискусійний метод – Дослідницький метод – Метод активного навчання (проведення ділових ігор) – Методи самостійної роботи (анотування опрацьованого матеріалу, виконання завдань, підготовка доповідей)

9. Методи контролю

Перевірка досягнення результатів навчання здійснюється з використанням наступних методів.

Результат навчання	Методи контролю
ПРН 1. 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.	– Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на проблемні запитання – Перевірка виконання домашніх завдань, практичних завдань, кейсів – Поточне тестування – Перевірка виконання індивідуальних завдань – Самооцінювання та взаємооцінювання – Екзамен
ПРН 7. Досліджувати моделі розвитку міжнародних та національних готельних і ресторанних мереж (корпорацій).	– Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на проблемні запитання – Перевірка виконання домашніх завдань, практичних завдань, кейсів – Поточне тестування – Перевірка виконання індивідуальних завдань – Самооцінювання та взаємооцінювання – Екзамен
ПРН 8. Ініціювати, розробляти та управляти проектами розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу із врахуванням інформаційного, матеріального, фінансового та кадрового забезпечення.	– Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на проблемні запитання – Перевірка виконання домашніх завдань, практичних завдань, кейсів – Поточне тестування – Перевірка виконання індивідуальних завдань – Самооцінювання та взаємооцінювання – Екзамен
ПРН 9. Застосовувати спеціалізоване	– Усне опитування, участь у дискусії, відповіді

Результат навчання	Методи контролю
програмне забезпечення для розв'язання задач управління основними та допоміжними бізнес-процесами суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.	на проблемні запитання – Перевірка виконання домашніх завдань, практичних завдань, кейсів – Поточне тестування – Перевірка виконання індивідуальних завдань – Самооцінювання та взаємооцінювання – Екзамен

10. Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти

Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни здійснюється відповідно до Положення про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у Державному університеті «Житомирська політехніка» та розподілу балів, що наведений нижче.

Система оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни включає поточний, модульний та підсумковий контроль.

Поточний контроль проводиться для оцінювання рівня засвоєння знань, формування умінь і навичок здобувачів вищої освіти впродовж вивчення ними матеріалу модуля (змістових модулів) навчальної дисципліни. Поточний контроль здійснюється під час проведення навчальних занять.

Модульний контроль проводиться з метою оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти за модуль (змістові модулі) навчальної дисципліни. Модульний контроль проводиться під час навчального заняття після завершення вивчення матеріалу модуля (змістових модулів) навчальної дисципліни. Модульний контроль здійснюється у формі тестування та виконання практичного завдання.

Підсумковий контроль проводиться для підсумкового оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни. Підсумковий контроль здійснюється після завершення вивчення навчальної дисципліни або наприкінці семестру. Підсумковий контроль проводиться у формі екзамену. Процедура складання екзамену визначена у Положенні про організацію освітнього процесу у Державному університеті «Житомирська політехніка».

Розподіл балів з навчальної дисципліни

Види робіт здобувача вищої освіти	Кількість балів за семестр
	денна форма здобуття вищої освтіи
Виконання завдань поточного контролю	60
Виконання завдань модульного контролю	40
Підсумкова семестрова оцінка	**100**

Розподіл балів за виконання завдань поточного контролю

Види робіт здобувача вищої освіти	Кількість балів за семестр
	денна форма здобуття вищої освіти
Виконання завдань під час навчальних занять	54
Виконання та захист індивідуальних самостійних завдань	6
Виконання науково-дослідної роботи та інших видів робіт (**додаткові – заохочувальні бали**): 1. Участь у студентських предметних олімпіадах, Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт, грантах 2. Підготовка тез доповідей наукових конференцій 3. Участь у засіданнях наукового гуртка 4. Участь у вебінарах професійних організацій та стейкхолдерів 5. Інші види робіт (участь у науково-дослідних роботах кафедри)	 5 до 10 до 5 5 до 10
Разом за виконання завдань поточного контролю	**60**

Розподіл балів за виконання завдань під час навчальних занять

Види робіт здобувача вищої освіти	Кількість балів за семестр
	денна форма здобуття вищої освіти
Відповіді (виступи) на заняттях	1
Участь у дискусії	0,5
Виконання тестових завдань	0,5
Відвідування лекційних занять	1
Виконання та захист практичних завдань, вправ, кейсів	1
Разом за виконання завдань під час навчальних занять	**4**

З метою застосування цілих чисел для оцінювання активностей здобувачів вищої освіти під час навчальних занять протягом семестру використовується 100-бальна шкала оцінювання кожного окремо виду робіт. Розрахунок набраних здобувачем вищої освіти балів за виконання завдань під час навчальних занять за семестр проводиться за формулою:

$$Р_{НЗ} = (Р_{В100} \times ВК_{В} + Р_{УД100} \times ВК_{УД} + Р_{...} \times ВК_{...}) \times К_{НЗ}, \quad (1)$$

де $Р_{НЗ}$ – кількість набраних здобувачем вищої освіти балів за виконання завдань під час навчальних занять за семестр;

$Р_{В100}$, $Р_{УД100}$, $Р_{...}$ – кількість набраних здобувачем вищої освіти балів за семестр відповідно за відповіді (виступи) на заняттях, за участь у дискусії, за

виконання іншого виду робіт, визначеного викладачем (кожний окремо вид робіт на навчальних заняттях оцінюється за 100-бальною шкалою);

$ВК_В$, $ВК_{УД}$, $ВК_{...}$ – вагові коефіцієнти відповідно за відповіді (виступи) на заняттях, за участь у дискусії, за виконання іншого виду робіт, визначеного викладачем. Значення вагових коефіцієнтів розраховуються шляхом ділення кількості балів, які встановлені за виконання окремого виду робіт під час навчальних занять, на сумарну кількість балів за виконання цих робіт (дані для розрахунку вагових коефіцієнтів наведено в табл. «Розподіл балів за виконання завдань під час навчальних занять»);

$К_{НЗ}$ – коригувальний коефіцієнт, який визначається шляхом ділення кількості балів, що встановлені за виконання завдань під час навчальних занять, на 100 балів.

Розподіл балів за виконання завдань модульного контролю

Види робіт здобувача вищої освіти	Кількість балів за семестр
	денна форма здобуття вищої освіти
Виконання завдань модульного контролю 1	20
Виконання завдань модульного контролю 2	20
Разом за виконання завдань модульного контролю	**40**

Якщо здобувач денної форми здобуття вищої освіти протягом семестру виконав необхідні для досягнення результатів навчання з дисципліни завдання, що передбачені робочою програмою навчальної дисципліни та/або відповідними методичними рекомендаціями, склав модульний контроль і набрав у сумі 60 балів або більше, він може погодити дану оцінку в електронному кабінеті і вона стане семестровою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни.

Якщо здобувач денної форми здобуття вищої освіти протягом семестру виконав необхідні для досягнення результатів навчання з дисципліни завдання, що передбачені робочою програмою навчальної дисципліни та/або відповідними методичними рекомендаціями, і набрав 60 балів або більше та бажає покращити свій результат успішності, він проходить процедуру підсумкового контролю. Набрані бали за виконання завдань підсумкового контролю, а також бали за поточний контроль сумуються і формується семестрова оцінка з навчальної дисципліни. Бали, які здобувач вищої освіти набрав за виконання завдань модульного контролю, при цьому не враховуються під час розрахунку семестрової оцінки з навчальної дисципліни.

На залік з навчальної дисципліни, яка вивчається впродовж двох семестрів, виносяться ключові питання з першого семестру вивчення навчальної дисципліни. На екзамен з навчальної дисципліни, яка вивчається

впродовж двох семестрів, виносяться ключові питання з усієї навчальної дисципліни.

Здобувач вищої освіти допускається до процедури семестрового підсумкового контролю, якщо протягом семестру виконав необхідні для досягнення результатів навчання з дисципліни завдання, що передбачені робочою програмою навчальної дисципліни та/або відповідними методичними рекомендаціями, і за поточний контроль у сумі набрав 36 балів або більше.

Якщо здобувач вищої освіти протягом семестру за результатами поточного контролю набрав 25–35 балів, він отримує право за власною заявою опанувати окремі теми (змістові модулі) навчальної дисципліни понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми. Вивчення окремих складових навчальної дисципліни понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми, здійснюється у вільний від занять здобувача вищої освіти час.

Якщо здобувач вищої освіти протягом семестру за результатами поточного контролю набрав від 0 до 24 балів (включно), він вважається таким, що не виконав вимоги робочої програми навчальної дисципліни та має академічну заборгованість.

Процедура надання додаткових освітніх послуг здобувачу вищої освіти з метою вивчення навчального матеріалу дисципліни понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми, визначена у Положенні про надання додаткових освітніх послуг здобувачам вищої освіти в Державному університеті «Житомирська політехніка».

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті в рамках окремих тем навчальної дисципліни, здійснюється викладачем за зверненням здобувача вищої освіти та представленням документів, які підтверджують результати навчання (сертифікати, свідоцтва, скріншоти тощо). Рішення про визнання та оцінка за відповідну частину освітнього компонента приймається викладачем за результатами співбесіди зі здобувачем вищої освіти.

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті в рамках цілого освітнього компонента, здійснюється за процедурою, яка визначена у Положенні про організацію освітнього процесу у Державному університеті «Житомирська політехніка».

Шкала оцінювання

Шкала ЄКТС	Національна шкала	100-бальна шкала
A	Зараховано	90-100
B	Зараховано	82-89
C		74-81
D	Зараховано	64-73
E		60-63
FX	Не зараховано	35-59
F	Не зараховано	0-34

11. Глосарій[1]

№ з/п	Термін державною мовою	Відповідник англійською мовою
1	Управління доходом	Revenue Management
2	Система управління доходом	RMS - Revenue Management System
3	Управління каналами продажів	Channel Management
4	Глобальні системи бронювання	GDS - Global Distribution System
5	Системи бронювання, що з'явилися на основі глобальних систем бронювання	IDS / ADS - Internet Distribution System / Alternative Distribution Systems
6	Туристичні агентства, які реалізують свої послуги через інтернет	OTA - Online Travel Agency
7	Центральна система бронювання	CRS - Central Reservation System
8	Менеджер каналів	Channel manager -
9	Електронний інструмент	Rate Shopping Tool -
10	Готельна система управління	PMS - Property Management System
11	Концепція динамічних цін	Dynamic Pricing Concept
12	Тарифний план	Rate plan
13	Тип кімнати	Room type
14	Найкраща ціна дня	Available Rate
15	Незворотній тариф	NFR - non-refundable rate
16	Найменший доступний тариф готелю	LAR - Lowest Available Rate
17	Вікно бронювання	Booking window
18	Період перебування гостей в готелі	LOS - Length of Stay
19	Інструмент управління періодом	CTA - close to arrival

№ з/п	Термін державною мовою	Відповідник англійською мовою
	заїзду та перебування гостей	
20	Інструмент управління періодом перебування гостей	CTD - close to departure
21	Інструмент контролю тривалості проживання гостей	MLOS - minimum of stay
22	Термін позначає зміну показників у порівнянні з якоюсь датою в минулому	PU - Pick up
23	Ключові показники ефективності діяльності готелю	KPI - Key Performance Indicators
24	Середня вартість номера за ніч	ADR / ARR - Average Daily Rate / Average Room Rate
25	Дохід на наявний номер	RevPAR - Revenue per Available Room
26	Загальний дохід на наявний номер	TRevPar - Total Revenue per Available Room
27	Показник, що враховує витрати і додаткові доходи на номер	AdjRevPAR - Adjusted Revenue per Available Room
28	Валовий операційний прибуток	GOP - Gross Operating Profit
29	Завантаження готелю	OR (Occupancy Ratio)
30	Індекс проникнення на ринок	MPI - Market Penetration Index
31	Показник, що відображає співвідношення середнього тарифу продажу номера в готелі в порівнянні із середнім тарифом продажу номерів у готелях-конкурентах	ARI - Average Rate Index
32	Показник, що відображає прибутковість номерів готелю в порівнянні з конкурентами	RGI - Revenue Generation Index
33	Індекс, що характеризує загальний дохід готелю на кожен наявний номер в порівнянні з конкурентами	TRGI - Total Revenue Generation Index
34	Фінансовий показник, що характеризує прибутковість інвестиційних вкладень	ROI - Return on Investment
35	Індивідуальний мандрівник	FIT - frequent individual traveler
36	Умовне позначення тарифного	CORP - corporate rate

№ з/п	Термін державною мовою	Відповідник англійською мовою
	плану для корпоративних клієнтів.	
37	Одна з умов договорів, найчастіше глобальних і при бронюванні через GDS	LRA - Last Room Availability
38	Тип розміщення, що передбачає надання будь-якого доступного на момент заселення номери	ROH - Run of the house
39	Незаїзд, неявка гостя в готель.	No show (NS)
40	Сервіс збору і аналізу цін на готельному ринку	Rate Shopper «TravelLine: Rate Shopper»

12. Рекомендована література

Основна література

1. Климчук А.О., Левицька І.В., Тарасюк Г.М. Проектування підприємств готельно-ресторанного бізнесу : навч. посібник [Електронне видання]. – Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2023. 302 с. https://library.ztu.edu.ua/page_lib.php

2. Корж Н.В., Онищук Н.В. Підбір оптимального набору інструментів revenue менеджменту в готелях / Н.В.Корж, Н.В.Онищук // Технологічний аудит та резерви виробництва.- 2018. - Том 7, № 1/(39). - С. 29-33. Режим доступу : http://journals.uran.ua/tarp/issue/archive.

3. Корж Н.В. Стасюк О.В. Reveneu менеджмент: особливості групових продаж та бронювань в готелі /Н. В. Корж, О. В. Стасюк // Економіка та суспільство. Вип. №14, 2018. – Режим доступу: http://vv\v\v.economvandsocictv.in.ua/iournal14/18-stati-14/1049-korzh-n-v.

4. Корж Н.В., Ковальов В.В. Філософія і принципи методу Revenue Management / Н.В.Корж, В.В.Ковальов // Наукові здобутки на шляху до вдосконалення результативності політики економічного зростання: збірник тез наукових робіт учасників Всеукраїнської науково- практичної конференції (м. Одеса, 12-13 січня 2018 р.) / ГО «Центр економічних досліджень та розвитку». - О. : ЦЕДР, 2018. - С.47-50.

5. Корж Н.В.. Стасюк О.В. Reveneu менеджмент: особливості групових продаж та бронювань в готелі /Н.В.Корж, О.В.Стасюк // Економіка та суспільство. Вип. №14, 2018. - http://vv\v\v.economvandsocictv.in.ua/iournal-14/18-stati-14/1049-korzh-n-v

6. Левицька І. В., Корж Н. В., Онищук. Н. В. Готельна справа : навч. Посібник Вінниця: Едельвейс і К, 2015. – 580 с. Режим доступу:

https://tourlib.net/books_ukr/levycka.htm

7. Левицька І.В., Климчук А.О., Басюк Д.І., Тарасюк Г.М., Москвічова Економіка туризму : Навчальний посібник // Житомир: «ПП «ТД Едельвейс і К», 2020.- 488 с.

Додаткова література

8. Siddappa, S. Statistical modeling approach to airline revenue management with overbooking: // Ph.D. thesis. / S. Siddappa // The University of Texas at Arlington, USA. - 2006. - P. 25-44.

9. Belobaba, P. The evolution of airline yield management: fare class to origin-destination seat inventory control / P. Belobaba // Handbook airline marketing. 11.McCraw-Hill.- 1998.-P. 258-302.

13. Інтернет - ресурси

1. REVPAR GURU: офіційний сайт системи. Режим доступу : http://revparguru.com/.

2. Hotels Revenue: офіційний сайт. Режим доступу : http://www.xotels.com/.

3. Офіційний сайт системи Easy (Ez) Revenue Management Solutions.. Режим доступу : http://www.easyrms.com/

4. Офіційний сайт системи організації заходів MeetingMatrix, Iplan. Режим доступу : http://www.meetingmatrix.com/

5. Офіційний сайт Statgraphics. Режим доступу : http://www.statgraphics.com/