

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра маркетингу

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Гарант освітньої програми

Катерина КАЛАЙДА

« 29 » 08 2025 року

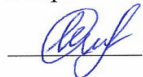
РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**Маркетингові дослідження та управління інвестиційними
проектами в ресторанному господарстві**

Освітній рівень	Магістр
Галузь знань	G Інженерія, виробництво та будівництво
Спеціальність	G13 Харчові технології
Освітня програма	Технології харчування
Факультет	Інженерно-технологічний

Робоча програма з навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження та управління інвестиційними проектами в ресторанному господарстві» для здобувачів вищої освіти спеціальності G13 «Харчові технології». – Умань: Уманський НУ, 2025. – 16 с.

Розробник: к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу

 Ольга МАКУШОК

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри маркетингу

Протокол від «28» серпня 2025 року № 1

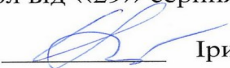
Завідувач кафедри маркетингу,
доктор економічних наук, професор

 Оксана ПЕНЬКОВА

«28» серпня 2025 року

Схвалено науково-методичною комісією інженерно-технологічного факультету

Протокол від «29» серпня 2025 року № 1

Голова  Ірина ЗАМОРСЬКА

«29» серпня 2025 року

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Галузь знань: G Інженерія, виробництво та будівництво	Нормативна	
Модулів – 2	Спеціальність: G13 Харчові технології	Рік підготовки:	
		2-й	2-й
Змістових модулів – 7		Семестр	
		3-й	3-й
Загальна кількість годин: 90	Освітній ступінь: магістр Освітня програма Технології харчування	Лекції	
		14 год.	6 год
		Лабораторні	
		16 год.	6 год
		Самостійна робота	
		60 год.	78 год.
		Вид контролю: екзамен	

2. Мета і завдання дисципліни

Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження та управління інвестиційними проектами в ресторанному господарстві» розроблена відповідно до Положення про методичне забезпечення освітнього процесу в Уманському національному університеті садівництва, затвердженого Вченою радою від 08.10.2020 (протокол №1) із змінами та доповненнями від 11.07.2024 (протокол №8).

Метою дисципліни є формування у студентів знань і вмінь щодо проведення маркетингових досліджень та їх використання для розробки стратегії підприємства, а також використання сучасного проектного підходу до вирішення задач розвитку організації, орієнтації цих процесів на досягнення кінцевих результатів з мінімальними витратами часу та коштів.

Завдання дисципліни – формування знань щодо можливостей оволодіння студентами навиками щодо системи, методів та алгоритмів дослідження внутрішнього і зовнішнього бізнес-середовища підприємств, шляхів і резервів його маркетингового розвитку, вивчення основ проектної діяльності підприємства, визначення основних цілей та напрямів управління інвестиційними проектами, створення моделі управління інвестиційними проектами та розробка документації для них.

В результаті вивчення дисципліни студент повинен знати: теоретичні та практичні аспекти вивчення процесу проведення маркетингових досліджень та їх подальшого використання при розробці стратегії розвитку організації, а також управління інвестиційними проектами, що дозволяє досягати запланованих результатів при дотриманні визначених термінів початку і завершення робіт, прогнозованих обмежень у витратах, трудових, матеріальних і фінансових ресурсах.

При вивченні дисципліни студент повинен вміти: проводити дослідження на відповідному рівні; діяти соціально відповідально та свідомо, працювати в міжнародному контексті, планувати і виконувати наукові дослідження з урахуванням світових тенденцій науково-технічного розвитку галузі, захищати інтелектуальну власність у сфері харчових технологій, розробляти програми ефективного функціонування підприємств харчової промисловості та/або закладів ресторанного господарства відповідно до прогнозів розвитку галузі в умовах глобалізації та забезпечувати якість та безпечність харчових продуктів під час впровадження технологічних інновацій на підприємствах галузі.

Вивчення навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження та управління інвестиційними проектами в ресторанному господарстві» передбачає формування та розвиток у здобувачів і програмних результатів навчання відповідно до освітньо-професійної програми «Технології харчування» спеціальності G13 «Харчові технології» (табл. 1).

Шифр компетентності	Компетентності	Шифр результатів навчання	Програмні результати навчання
Загальні компетентності (ЗК)			
ЗК 1	Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.	РН 5	Обирати та впроваджувати у практичну виробничу діяльність ефективні технології, обладнання та раціональні методи управління виробництвом з урахуванням світових тенденцій розвитку харчових технологій.
ЗК 2	Здатність проводити дослідження на відповідному рівні	РН 5	Обирати та впроваджувати у практичну виробничу діяльність ефективні технології, обладнання та раціональні методи управління виробництвом з урахуванням світових тенденцій розвитку харчових технологій.
		РН 6	Розробляти та реалізовувати програми розвитку підприємств галузі на коротко- та довгострокову перспективу, аналізувати та оцінювати їх ефективність, екологічні та соціальні наслідки
ЗК 3	Здатність генерувати нові ідеї (креативність).	РН 5	Обирати та впроваджувати у практичну виробничу діяльність ефективні технології, обладнання та раціональні методи управління виробництвом з урахуванням світових тенденцій розвитку харчових технологій.
ЗК 4	Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.	РН 5	Обирати та впроваджувати у практичну виробничу діяльність ефективні технології, обладнання та раціональні методи управління виробництвом з урахуванням світових тенденцій розвитку харчових технологій.
		РН 6	Розробляти та реалізовувати програми розвитку підприємств галузі на коротко- та довгострокову перспективу, аналізувати та оцінювати їх ефективність, екологічні та соціальні наслідки
ЗК 5	Здатність працювати в міжнародному контексті	РН 5	Обирати та впроваджувати у практичну виробничу діяльність ефективні технології, обладнання та раціональні методи управління виробництвом з урахуванням світових тенденцій розвитку харчових технологій.
		РН 9	Вільно володіти державною та іноземною мовами для обговорення

			професійної діяльності, результатів досліджень та інновацій у сфері харчових технологій
		РН 13	Вміти аналізувати діяльність закладів ресторанного господарства, підвищувати ефективність їхнього функціонування шляхом застосування інноваційних підходів в організації їхньої діяльності, наукового обґрунтування вибору технологічного устаткування, джерел енергозабезпечення, сировинної бази тощо
ФК 4	Здатність розробляти програми ефективного функціонування підприємств харчової промисловості та/або закладів ресторанного господарства відповідно до прогнозів розвитку галузі в умовах глобалізації	РН 6	Розробляти та реалізовувати програми розвитку підприємств галузі на коротко- та довгострокову перспективу, аналізувати та оцінювати їх ефективність, екологічні та соціальні наслідки
ФК 8	Здатність до впровадження інновацій в закладах ресторанного господарства, вирішення завдань для їхнього ефективного функціонування.	РН 5	Обирати та впроваджувати у практичну виробничу діяльність ефективні технології, обладнання та раціональні методи управління виробництвом з урахуванням світових тенденцій розвитку харчових технологій.
		РН 6	Розробляти та реалізовувати програми розвитку підприємств галузі на коротко- та довгострокову перспективу, аналізувати та оцінювати їх ефективність, екологічні та соціальні наслідки
		РН 13	Вміти аналізувати діяльність закладів ресторанного господарства, підвищувати ефективність їхнього функціонування шляхом застосування інноваційних підходів в організації їхньої діяльності, наукового обґрунтування вибору технологічного устаткування, джерел енергозабезпечення, сировинної бази тощо

Методи навчання та засоби діагностики, що відповідають визначеним результатам навчання за навчальною дисципліною «Маркетингові дослідження та управління інвестиційними проектами в ресторанному господарстві», наведено в табл. 2, 3.

Таблиця 2

Результати, методи навчання та методи контролю за навчальною

дисципліною «Маркетингові дослідження та управління інвестиційними проектами в ресторанному господарстві»

Результати навчання за навчальною дисципліною		Методи навчання	Методи контролю
1	Знання:		
1.1	Спеціалізовані концептуальні знання, що включають сучасні наукові здобутки у сфері професійної діяльності або галузі знань і є основою для оригінального мислення та проведення досліджень	лекція, практичне заняття, відпрацювання навичок, заняття-експеримент, самонавчання через Moodle	усне опитування, тестування, виконання індивідуальних і командних завдань, підсумковий контроль
1.2	Критичне осмислення проблем у галузі та на межі галузей знань		
2	Уміння/навички:		
2.1	Спеціалізовані уміння/навички розв'язання проблем, необхідні для проведення досліджень та/або провадження інноваційної діяльності з метою розвитку нових знань та процедур	лекція, практичне заняття, відпрацювання навичок, заняття-експеримент, самонавчання через Moodle	усне опитування, тестування, виконання індивідуальних і командних завдань, підсумковий контроль
2.2	Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі у широких або мультидисциплінарних контекстах		
2.3	Здатність розв'язувати проблеми у нових або незнайомих середовищах за наявності неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності		
3	Комунікація:		
3.1	Зрозуміле і недвозначне донесення власних знань, висновків та аргументації до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються	лекція, практичне заняття, відпрацювання навичок, заняття-експеримент, самонавчання через Moodle	усне опитування, тестування, виконання індивідуальних і командних завдань, підсумковий контроль
3.2	Використання іноземних мов у професійній діяльності		
4	Відповідальність і автономія		
4.1	Відповідальність за внесок до професійних знань і практики та/або оцінювання результатів діяльності команд та колективів	лекція, практичне заняття, відпрацювання навичок, заняття-експеримент, самонавчання через Moodle	усне опитування, тестування, виконання індивідуальних і командних завдань, підсумковий контроль
4.2	Здатність продовжувати навчання з високим ступенем автономії		

Таблиця 3

Методи навчання та методи контролю програмних результатів навчання з навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження та управління інвестиційними проектами в ресторанному господарстві»

Програмний результат навчання	Метод навчання	Методи контролю
РН 5. Обирати та впроваджувати у практичну виробничу діяльність ефективні технології, обладнання та раціональні методи управління виробництвом з урахуванням світових тенденцій розвитку харчових технологій.	лекція, практичне заняття, відпрацювання навичок, заняття-експеримент, самонавчання через Moodle	усне опитування, тестування, виконання індивідуальних і командних завдань, підсумковий контроль
РН 6. Розробляти та реалізовувати програми розвитку підприємств галузі на коротко- та довгострокову перспективу, аналізувати та оцінювати їх ефективність, екологічні та соціальні наслідки	лекція, практичне заняття, відпрацювання навичок, заняття-експеримент, самонавчання через Moodle	усне опитування, тестування, виконання індивідуальних і командних завдань, підсумковий контроль
РН 9. Вільно володіти державною та іноземною мовами для обговорення професійної діяльності, результатів досліджень та інновацій у сфері харчових технологій	лекція, практичне заняття, відпрацювання навичок, заняття-експеримент, самонавчання через Moodle	усне опитування, тестування, виконання індивідуальних і командних завдань, підсумковий контроль
РН 13. Вміти аналізувати діяльність закладів ресторанного господарства, підвищувати ефективність їхнього функціонування шляхом застосування інноваційних підходів в організації їхньої діяльності, наукового обґрунтування вибору технологічного устаткування, джерел енергозабезпечення, сировинної бази тощо	лекція, практичне заняття, відпрацювання навичок, заняття-експеримент, самонавчання через Moodle	усне опитування, тестування, виконання індивідуальних і командних завдань, підсумковий контроль

3. Програма навчальної дисципліни

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. Маркетингові дослідження ринку ресторанного господарства.

ТЕМА 1. Сутність і система маркетингових досліджень.

Сутність, роль, мета, предмет та об'єкт маркетингових досліджень. Основні завдання і принципи маркетингових досліджень. Алгоритм процесу маркетингових досліджень. Види маркетингових досліджень. Організаційні форми маркетингових досліджень. Роль і значення маркетингових досліджень в сфері ресторанного бізнесу

ТЕМА 2. Marketing information.

The essence, role and requirements of marketing information. Types of marketing information and its sources. Sources of marketing information. Protection of marketing information. Marketing information system, its elements. Principles of formation and use of information in the restaurant marketing management system. Modern technologies of marketing research.

ТЕМА 3. Методи збору маркетингової інформації.

Класифікація методів збору даних для маркетингових досліджень ресторанного господарства. Опитування як метод одержання первинної інформації. Технологія проведення анкетного опитування. Виміри у маркетингових дослідженнях. Спостереження та їх види. Метод експертних оцінок. Експеримент у маркетингових дослідженнях, його сутність. Спеціальні маркетингові дослідні методики. Методи маркетингового інтернет-дослідження. Правила розробки опитувальних листків.

ТЕМА 4. Структура і процес маркетингових досліджень.

Процедура організації маркетингового дослідження. Етапи розробки вибіркового плану дослідження. Типи і види вибірки. Методи визначення обсягу вибірки та помилки вибірки. Технології опрацювання маркетингової інформації. Аналіз інформації під час проведення маркетингових досліджень. Звіт, його структура та підготовка.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. Управління інвестиційними проектами в ресторанному господарстві.

ТЕМА 5. Загальна характеристика управління проектами.

Сутність інвестиційних проектів. Класифікація проектів. Учасники проекту. Життєвий цикл проекту. Значення управління проектами в сучасних умовах.

ТЕМА 6. Особливості управління інвестиційними проектами в ресторанному господарстві.

Характеристика управління інвестиційними проектами. Основні фази управління інвестиційними проектами. Модель управління інвестиційними проектами ресторанного господарства.

ТЕМА 7. Інвестиційне проектування.

Етапи проектування. Завдання проектування. Розробка документації. Комплексна державна експертиза інвестиційних програм.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістовних модулів і тем	Кількість годин							
	Денна форма				Заочна форма			
	Усього	у тому числі			Усього	у тому числі		
		л	п	с.р.		л	п	с.р
Модуль 1								
Змістовний модуль 1. Маркетингові дослідження ринку								
Тема 1. Сутність і система маркетингових досліджень.	12	2	2	8	12	-	-	12
Тема 2. Marketing information.	12	2	2	8	12	2	-	10
Тема 3. Методи збору маркетингової інформації.	12	2	2	8	12	-	2	10
Тема 4.Структура і процес маркетингових досліджень.	16	2	4	10	16	2	2	12
Всього	52	8	10	34	52	4	4	44
Змістовний модуль 2. Управління інвестиційними проектами								
Тема 5. Загальна характеристика управління проектами.	12	2	2	8	12	-	-	12
Тема 6. Особливості управління інвестиційними проектами.	12	2	2	8	12	-	-	12
Тема 7. Інвестиційне проектування.	14	2	2	10	14	2	2	10
Всього	38	6	6	26	38	2	2	34
РАЗОМ	90	14	16	60	90	6	6	78

5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
1.	Маркетингові дослідження та їх місце в інформаційній системі підприємств харчової промисловості.	2	-
2.	Marketing information.	2	2
3.	Методи збору і аналізу маркетингової інформації.	2	-
4.	Структура і процес маркетингових досліджень.	4	2
5.	Загальна характеристика управління проектами.	2	-
6.	Характеристика інвестиційних проектів та обґрунтування доцільності інвестування.	2	-
7.	Економічна оцінка ефективності управління інвестиційними проектами.	2	2
Всього		16	6

6. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
1.	Сутність і система маркетингових досліджень.	8	12
2.	System of marketing information	8	10
3.	Методи збору і аналізу маркетингової інформації.	8	10
4.	Структура і процес маркетингових досліджень.	10	12
5.	Загальна характеристика управління проектами.	8	12
6.	Особливості управління інвестиційними проектами	8	12
7.	Інвестиційне проектування	10	10
Всього		60	78

7. Індивідуальні завдання

Індивідуальне завдання студентів денної форми навчання передбачає написання Есе (за бажанням студента з його подальшою презентацією на семінарському занятті). Есе оцінюється в 2 бали, що додається до результатів поточного контролю з відповідної теми.

Теоретичний матеріал Есе повинен бути підкріплений конкретними прикладами з економічної практики.

Есе має такий зміст:

Вступ

Простий план по темі дослідження.

Висновки.

Список використаної літератури та інформаційних джерел.

Виконується у вигляді друкованого тексту на папері формату А-4 обсягом від 12 до 15 сторінок.

Тематика Есе з дисципліни «Маркетингові дослідження та управління інвестиційними проектами в ресторанному господарстві»

Модуль 1

1. Основні завдання маркетингових досліджень.
2. Сутність маркетингової розвідки.
3. Сутність та види бенчмаркінгу.
4. Сутність та види власних організаційних форм проведення маркетингових досліджень.
5. Ситуації, що можуть призвести до відмови від проведення маркетингових досліджень.
6. Причини виникнення етичних проблем у перебігу маркетингових досліджень.
7. Етичні проблеми у маркетингових дослідженнях.
8. Видів маркетингової інформації в розрізі її ознак.
9. Можливі джерела маркетингової інформації.
10. Можливості та проблеми інформаційного забезпечення підприємств.
11. Вади характерні для маркетингових інформаційних систем підприємства.
12. Сутність та структура системи підтримки рішень.
13. Сутність CRM-систем.
14. Маркетингові дослідження внутрішнього середовища підприємства.
15. Процес маркетингових досліджень та його етапи.
16. Сутність та зміст етапів планування маркетингових досліджень.
17. Критерії визначення міри поінформованості.
18. Типи цілей маркетингових досліджень залежно від їх конкретності.
19. Сутність розроблення пропозицій щодо проведення маркетингових досліджень.
20. Сутність презентації звіту стосовно маркетингових досліджень, опишіть процес її підготовки.
21. Основні правила, які допоможуть успішно провести презентацію звіту.
22. Основні методи збирання первинної маркетингової інформації. Характер маркетингової інформації, отримуваної за допомогою кожного із перелічених методів.
23. Характеристика кількісних опитувань за допомогою комп'ютера (CATI, CAPI). Головні сфери та перспективи їх застосування.
24. Сутність і головні особливості якісних досліджень. Коло дослідницьких питань, для розв'язання яких корисними є якісні дослідження. Основні обмеження в їх застосуванні.
25. Порівняльна характеристика методів фокус-груп, глибинних інтерв'ю та проекційних методів у маркетингових дослідженнях.
26. Суттєві особливості й характеристики маркетингових експериментів і їхні форми.
27. Метод пробного маркетингу як різновид ринкового експерименту: сутність та особливості застосування.
28. Перспективні напрями застосування імітації в маркетингових дослідженнях.

Модуль 2.

1. Управління проектами – поняття, сутність та методологія. Класифікація типів проектів.
2. Мета і стратегія проекту. Результат проекту.
3. Основні форми організації структури проектів.
4. Базові елементи створення організаційної структури проекту: матрична та проектна.
5. Робоча структура проекту. Компоненти структуризації.
6. Методологічні основи планування та контролю проекту: традиційний, схематичний, ієрархічне багатостадійне і багаторівневе планування.
7. Системи контролю “витрати-графік” та “prince”. Система планів.
8. Сітьове планування проекту.
9. Календарне планування.
10. Принципи планування.
11. Методи організації та управління процесом планування. Етапи планування.
12. Кошторисне планування інвестиційними проектами.
13. Ресурсне планування. Етапи, та види управління ресурсами.
14. Планування, організація доставки, зберігання, форми закупки та регулювання. Управління поставками та мтз.
15. Управління проектом. Сутність управління вартістю. Методи та види оцінки вартості проекту.
16. Управління ризиками, методи, аналіз, оцінка та класифікація ризиків.
17. Показники та умови прийняття рішень в умовах ризику та невизначеності.
18. Управління якістю. Концепція, стратегія та системи планування та контролю якості.

8. Методи навчання

- Під час викладання курсу використовуються наступні методи навчання:
- метод проблемного викладання – для створення проблемної ситуації;
- метод «Case-study» – для обговорення практичних ситуацій;
- брейнстормінг («мозковий штурм») – для оперативного розв’язання проблеми на основі стимулювання творчої активності, при якому учасникам обговорення запропоновано вказати якомога більшу кількість варіантів розв’язання конкретної проблеми
- метод навчальної дискусії – для обміну думками щодо проблемних питань дисципліни;
- ілюстрація – для розкриття предметів і процесів через їх символічне зображення (малюнки, схеми, графіки);
- вебінар – для організації зустрічей онлайн, формат проведення семінарів, тренінгів та інших заходів за допомогою Інтернету.
- практична робота – для використання набутих знань у розв’язанні практичних завдань; дистанційне навчання.

9. Методи контролю

Пріоритетним напрямом контролю рівня засвоєння студентами матеріалу з курсу є **поточний контроль**.

Об’єктами поточного контролю є:

Вид роботи	Характеристика контролю
Письмове опитування (у. т. ч. ЕСЕ)	Здобувачі дають лаконічні відповіді на питання, передбачені під час вивчення курсу письмово, або у вигляді реферативного повідомлення, або у вигляді ЕСЕ. Оцінюванню підлягають правильність та конкретність відповіді на поставлене питання. Позитивним є формування відповідей на основі основної та допоміжної літератури за останні десять років.
Усне опитування/ захист роботи/ звіту	Здобувачі дають відповіді в усній формі на питання пов’язані із теоретичними або практичними аспектами теоретичної частини

	дисципліни. Оцінюванню підлягають правильність та конкретність відповіді на поставлене питання. Позитивним є лаконічність та переконливість під час відповіді.
Тестування	Проводять письмово або за допомогою систем дистанційного навчання. Передбачає вибір однієї/та/або правильної відповіді на конкретне питання передбачене теоретичною частиною курсу або його структурним елементом.
Активність (під час обговорення, тощо)	Оцінюванню підлягають частка участі здобувача у вирішенні колективного завдання, активність, вмотивованість та креативність під час обговорення проблемних питань.
Прояв лідерських якостей	Оцінюванню підлягають прояви лідерських якостей, які полягають у здатності генерувати нові ідеї; панорамність мислення; здатність до самоаналізу; здатність працювати в колективі; відповідальність за виконання важливих завдань; потреба в досягненні позитивного результату; здатність вести конструктивні переговори; здатність змінювати стиль керівництва відповідно до конкретної ситуації.

10. Розподіл балів, які отримують студенти

Форма контролю	Поточний контроль							Підсумковий контроль	Разом
	ЗМ1				ЗМ2				
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7		
Письмове опитування (ECE)	1	1	1	1	1	1	1		
Усне опитування/ захист роботи/ звіту	5	5	5	5	5	5	5		
Тестування				10			10		
Активність (під час обговорення, тощо)	2	2							
Прояв лідерських якостей	2	2							
Разом	10	10	6	16	6	6	16	30	100

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90 – 100	A	відмінно
82-89	B	добре
74-81	C	
64-73	D	
60-63	E	задовільно
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

11. Методичне забезпечення

1. Методичні вказівки до проведення практичних занять та виконання самостійної роботи з дисципліни «Маркетингові дослідження та управління інвестиційними проектами в ресторанному господарстві» здобувачами освітнього ступеня «Магістр» спеціальності 181 «Харчові технології» / О.В. Макушок. Умань: УНУС, 2020. 29 с.

2. Електронний навчальний курс для дистанційного вивчення навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження та управління інвестиційними проектами в ресторанному господарстві» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності G13 «Харчові технології». <https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=344>

12. Рекомендована література

Базова

1. Жегус О. В. Маркетингові дослідження: навчальний посібник / О.В. Жегус, Т.М. Парцирна; ФОП Іванченко І.С. – Х., 2016. – 237 с.
2. Войчак А.В. Маркетингові дослідження: підруч. / А. В. Войчак, А. В. Федорченко; Держ. вищ. навч. закл. "Київ. нац. екон. ун-т ім. В.Гетьмана". - К., 2007. - 402 с.
3. Жарська І.О. Практикум з маркетингу: теоретичні основи, тести, завдання, кейсові справи. [текст]: навч. посіб. / І. О. Жарська. – Одеса: Атлант ВОІ СОІУ, 2016. – 284 с.
4. 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.
5. Маркетингові дослідження[Текст]: підручник / Н. С. Косар [та ін.] ; Нац. ун-т "Львів. політехніка". - Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2018. - 457 с.
6. Петренко Н. О. Управління проектами [текст] навчальний посібник. /Н.О.Петренко,Л.О.Кустріч,М.О.Гоменюк.–К.:Центрчової літератури», 2015. – 244 с.
7. M. Daud Alam, Uwe F. Guhl. Project-Management in Practice. A Guideline and Tool box for Successful Projects. Springer –Verlag Gmb HGermany, 2016.– 183 p.
8. Storey J. Theories of consumption. – London and New York: Routledge. Taylor &Francis Group, 2017. Проектний аналіз [Текст]:підручник /С.С.Аптекарь, Ю.Л. Верич. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2018. – 308 с.
9. Бардиш Г. О. Проектний аналіз [Текст]: підручник./ Г. О. Бардиш. – К.: Знання, 2 016. – 415 с.
10. Єрмошенко М. М. Аналіз і оцінка інвестиційних проектів: навч. посіб./ М. М. Єрмошенко, І. О. Плужников. – 2-е вид. – К.: НАУ, 2016. – 156 с.

Допоміжна

1. . Постова В. В. Використання інформаційних систем та технологій в закладах ресторанного господарства: вплив на якість обслуговування та збільшення прибутку. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». 2023. Вип. 47. С. 94–97.
2. 1. Галушка В. Теоретико-методичні засади управління проектами. Підприємництво, господарство і право. 2020. № 7. С. 92–98.
3. Дюгованець О. М. Маркетингові дослідження та аналіз інформації [Текст] : курс лекцій / О. М. Дюгованець; Держ. ВНЗ "Ужгород. нац. ун-т". - Ужгород : Аутдор-Шарк, 2015. - 178 с.
4. Жегус О. В. Маркетингові дослідження ринку: монографія / О. В. Жегус, Л. О. Попова, Т. М. Парцирна; Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі. - Х., 2010. - 176 с.
5. Завальнюк В. В. Методика проектування підсистеми інформаційного забезпечення стратегічного управління інноваційною діяльністю підприємства. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. № 8(1). С. 82–85.
6. Кобиляцький Л. С. Управління проектами: Навч. посібник. – К.: МАУП, 2012. – 200с.
7. Ковшун, Н. Е. Аналіз та планування проектів [Текст]: навч. посібник / Н. Е. Ковшун. – К. : Центр учбової літератури, 2018. – 344 с.
8. Козик В. В., Тимчишин І. Є. Практикум з управління проектами. Навчальний посібник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. 180 с.
9. Кравченко К. Р. Історія управління проектами. Сучасні комп'ютерні та інформаційні системи і технології. Київ : КНУТД, 2022. С. 188.
10. Макушок О.В., Рибчак О.С. Маркетингові дослідження як основа забезпечення конкурентоспроможності підприємств ресторанного бізнесу // Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, Серія „Економічні науки”. № 1, 2020 р., с.55-65.

11. Маркетингова діяльність підприємства: навчальний посібник/за ред. В.В. Зіновчука, Л.В. Тарасович. – Житомир: Вид. О.О. Євнюк, 2019. – 464 с.
12. Митяй, О.В. Проектний аналіз [Текст]: навч.посіб. / Митяй О. В.– К., 2015. – 311 с.
13. Науменко Є. О. Управління проектами підприємства із використанням інформаційних технологій. Інтегровані технології управління. Національний університет «Одеська політехніка», 2023. С. 19–21.
14. Рижигов В. С. и др. Проектний аналіз. / В. С. Рижигов. – К.: Центр учбової літератури, 2017. – 384 с.
15. Смолич Д. В. Інноваційні методи управління проектами. Економічний форум. 2019. №. 4. С. 50–54.
16. Федорченко А.В. Система маркетингових досліджень: монографія /А.В. Федорченко. – К.: КНЕУ, 2009. – 267 с.
17. Фостолович В. А. Сучасні інструменти системи управління бізнесом у сфері готельно-ресторанної справи. Інвестиції: Практика та досвід. 2022. № 11-12. С. 18–25.
18. Швець, Л. П. Проектний аналіз [Текст]: навч. посіб. / Л. П. Швець, О. В. Пилипак, Н. І. Доберчак. – Львів : Новий світ-2000, 2016. – 643 с.

13. Інформаційні ресурси

1. Наукова бібліотека Уманського НУ. URL : <https://library.udau.edu.ua/>
2. Репозитарій Уманського НУС. URL : <http://lib.udau.edu.ua/>
3. Офіційний веб-сайт Української асоціації маркетингу. URL: <http://uam.in.ua/>
4. Офіційний веб-сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL: <https://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>
5. Сайт Власна справа (Ресторанний бізнес) <https://tourlib.net/restoran.htm>

14. ПЕРЕЗАРАХУВАННЯ ТА ВИЗНАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Перезарахування та визнання результатів навчання з дисципліни «Маркетингові дослідження та управління інвестиційними проектами в ресторанному господарстві» або окремого її елемента відбувається відповідно до Положення про порядок визнання в Уманському національному університеті садівництва результатів навчання, отриманих у неформальній та/або інформальній освіті (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/4n0x>).

Здобувачі вищої освіти мають право на визнання результатів навчання в неформальній та інформальній освіті (курси навчання в центрах освіти, курси інтенсивного навчання, семінари, конференції, олімпіади, конкурси наукових робіт, літні чи зимові школи, бізнес-школи, тренінги тощо) в обсязі, що загалом не перевищує 25 % освітньої програми.

15. ПОЛІТИКА АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

У процесі навчання з дисципліни «Маркетингові дослідження та управління інвестиційними проектами в ресторанному господарстві», студенти повинні дотримуватися встановлених правил академічної доброчесності, визначених Кодексом академічної доброчесності Уманського національного університету (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/Tf94>). Під час виконання індивідуальних завдань та проведення контрольних заходів очікується, що всі роботи подані студентами будуть їхніми оригінальними дослідженнями та міркуваннями.

Будь-які види порушення академічної доброчесності, зокрема плагіат, неправомірне використання чужих ідей, фальсифікація даних чи співучасть у таких діях, є абсолютно неприпустимими і не толеруються. Виявлення ознак академічної недоброчесності у письмовій роботі студента є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від обсягу порушення.

З метою запобігання порушенням і підвищення якості академічних робіт, студентам настійно рекомендується користуватися належними академічними ресурсами та інструментами для перевірки робіт на плагіат, а також звертатися за консультаціями з питань правильного цитування і академічного письма.

16. ЗМІНИ У РОБОЧІЙ ПРОГРАМІ НА 2025/2026 НАВЧАЛЬНИЙ РІК

1. Приведено у відповідність із навчальним планом розподіл годин відведених на лекції, практичні заняття та самостійну роботу студентів.

2. Проведено коригування розподілу балів оцінювання роботи здобувачів за видами робіт.
3. Оновлено джерела рекомендованої літератури.