

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**
Кафедра готельно-ресторанної справи та туризму

ЗАТВЕРДЖЕНО
Навчально-науковий інститут
неперервної освіти і туризму
«27» травня 2025 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МАРКЕТИНГ В МАЛОМУ БІЗНЕСІ

Галузь знань J «Транспорт та послуги»
Спеціальність J2 «Готельно-ресторанна справа та кейтеринг»
Освітня програма «Готельно-ресторанна справа»
ННІ неперервної освіти і туризму
Розробник: завідувачка кафедри готельно-ресторанної справи та туризму,
д.е.н., професор Мельниченко С.В.

Київ – 2025 р.

Опис навчальної дисципліни

Дисципліна «Маркетинг у малому бізнесі» є вибірковою для підготовки здобувачів освітнього ступеня «магістр» спеціальності J2 «Готельно-ресторанна справа та кейтеринг» та формує у здобувачів вищої освіти «магістр» системи поглядів і спеціальних знань з маркетингу, набуття практичних навичок необхідних для здійснення ефективної маркетингової діяльності підприємств малого готельно-ресторанного бізнесу. Формує у здобувача знання щодо теоретичних і методологічних засад планування, організації та контролю маркетингу малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу; методів, організації та здійснення маркетингових досліджень діяльності малих підприємств; сегментування ринку готельно-ресторанних послуг і вибору цільових сегментів; розроблення товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики; теоретичних та практичних засад стратегічного планування та контролю маркетингу малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Освітній ступінь	Магістр	
Спеціальність	J2 «Готельно-ресторанна справа та кейтеринг»	
Освітня програма	Готельно-ресторанна справа	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Обов'язкова	
Загальна кількість годин	150	
Кількість кредитів ECTS	5	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота)	-	
Форма контролю	Екзамен	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм здобуття вищої освіти		
	Форма здобуття вищої освіти	
	денна	заочна
Курс (рік підготовки)	2	2
Семестр	3	3
Лекційні заняття	30 год.	10 год.
Практичні, семінарські заняття	30 год.	10 год.
Лабораторні заняття	-	-
Самостійна робота	90 год.	100 год.
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми здобуття вищої освіти	4 год.	

1. Мета, компетентності та програмні результати навчальної дисципліни

Метою даної дисципліни є формування у здобувачів вищої освіти «магістр» системи поглядів і спеціальних знань з маркетингу, набуття практичних навичок необхідних для здійснення ефективної маркетингової діяльності підприємств малого готельно-ресторанного бізнесу.

Набуття компетентностей:

інтегральна компетентність (ІК): здатність розв'язувати складні задачі дослідницького та/або інноваційного характеру готельно-ресторанної справи.

загальні компетентності (ЗК):

ЗК 2. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 3. Здатність до аналізу, оцінки, синтезу, генерування нових ідей.

ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК 6. Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК 7. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

спеціальні компетентності спеціальності (СК):

СК 1. Здатність застосовувати науковий, аналітичний, методичний інструментарій, використовувати міждисциплінарні дослідження аналізу стану розвитку глобальних та локальних ринків готельних та ресторанних послуг для розв'язання складних задач розвитку готельного і ресторанного бізнесу.

СК 2. Здатність систематизувати та синтезувати інформацію для врахування крос-культурних особливостей функціонування суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

СК 4. Здатність створювати і впроваджувати продуктивні, сервісні, організаційні, соціальні, управлінські, інфраструктурні, маркетингові інновації у господарську діяльність суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу

СК 5. Здатність забезпечувати ефективну сервісну, комерційну, виробничу, маркетингову, економічну діяльність суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу

СК 7. Здатність до підприємницької діяльності.

СК 9. Здатність забезпечувати якість обслуговування споживачів готельних та ресторанних послуг.

СК 12. Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі готельно-ресторанної справи у мультидисциплінарних контекстах, у нових або незнайомих середовищах за наявності неповної або обмеженої інформації.

СК 13. Здатність здійснювати бізнес-планування діяльності осель сільського зеленого туризму, формулювати завдання, пов'язані з екологічністю діяльності суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу.

Програмні результати навчання (ПРН):

ПРН 4. Здійснювати моніторинг кон'юнктури ринку готельних та ресторанних послуг.

ПРН 5. Оцінювати нові ринкові можливості, формулювати бізнес-ідеї та розробляти маркетингові заходи з невизначених умов і вимог, що потребують застосування нових підходів, методів та інструментарію соціально-економічних досліджень.

ПРН 6. Відшукувати необхідні дані в науковій літературі, базах даних та інших джерелах, аналізувати та оцінювати ці дані, систематизувати й упорядковувати інформацію для вирішення комплексних задач професійної діяльності.

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

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

ПРН 13. Здійснювати бізнес-планування осель сільського зеленого туризму, досліджувати світові і вітчизняні екологічні вимоги до засобів розміщення та закладів ресторанного господарства.

ПРН 14. Діяти у відповідності з принципами неприпустимості корупції та будь-яких інших принципів недоброчесності.

2. Програма та структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин												
	денна форма							заочна форма					
	тижні	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
			л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
Модуль 1. Теоретичні засади маркетингу підприємств малого готельно-ресторанного бізнесу													
Тема 1. Теоретичні засади маркетингу підприємств малого бізнесу	1	12	2	2			8						12
Тема 2. Особливості маркетингу малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу	2	12	2	2			8		1	1			12
Тема 3. Управління маркетинговою діяльністю підприємств малого бізнесу	3/4	18	4	4			10		1	1			12
Тема 4. Маркетингові дослідження на підприємствах малого бізнесу	5/6	18	4	4			10		2	2			10

Разом за змістовим модулем 1	60	12	12			36		4	4			46
Модуль 2. Маркетингова політика малого підприємства												
Тема 5. Маркетингова товарна політика малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу	7	12	2	2			8		1	1		10
Тема 6. Маркетингова цінова політика підприємств малого бізнесу з урахуванням галузевої специфіки	8/9	18	4	4			10		1	1		10
Тема 7. Маркетингова збутова політика підприємств малого бізнесу	10	12	2	2			8		1	1		10
Тема 8. Маркетингова комунікаційна політика підприємств малого бізнесу	11/12	18	4	4			10		1	1		12
Тема 9. Стратегічне планування та контролю маркетингу малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу	13/14	30	6	6			18		2	2		12
Разом за змістовим модулем 2	90	18	18			54		6	6			54
Усього годин	150	30	30	-	-	90		10	10			100

3. Теми лекцій

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Теоретичні засади маркетингу підприємств малого бізнесу	2
2.	Особливості маркетингу малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу	2

3.	Управління маркетинговою діяльністю підприємств малого бізнесу	4
4.	Маркетингові дослідження на підприємствах малого бізнесу	4
5.	Маркетингова товарна політика малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу	2
6.	Маркетингова цінова політика підприємств малого бізнесу з урахуванням галузевої специфіки	4
7.	Маркетингова збутова політика підприємств малого бізнесу	2
8.	Маркетингова комунікаційна політика підприємств малого бізнесу	4
9.	Стратегічне планування та контролю маркетингу малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу	6

4. Теми семінарських, практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Сутність, функції та концепції маркетингової діяльності підприємств малого бізнесу	2
2.	Особливості маркетингу малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу	2
3.	Планування, організація та контроль маркетингу малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу	2
4.	Маркетингові дослідження на підприємствах малого бізнесу з урахуванням галузевої специфіки	2
5.	Маркетингова товарна політика малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу	2
6.	Маркетингова цінова політика малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу	2
7.	Маркетингова збутова політика малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу	2
8.	Маркетингова комунікаційна політика малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу	2
9.	Стратегічне планування та контроль маркетингу малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу	4

5. Теми самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Теоретичні засади маркетингу підприємств малого бізнесу	8
2.	Особливості маркетингу малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу	8

3.	Управління маркетинговою діяльністю підприємств малого бізнесу	10
4.	Маркетингові дослідження на підприємствах малого бізнесу	10
5.	Маркетингова товарна політика малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу	8
6.	Маркетингова цінова політика підприємств малого бізнесу з урахуванням галузевої специфіки	10
7.	Маркетингова збутова політика підприємств малого бізнесу	8
8.	Маркетингова комунікаційна політика підприємств малого бізнесу	10
9.	Стратегічне планування та контролю маркетингу малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу	18

6. Методи та засоби діагностики результатів навчання:

- усне або письмове опитування;
- співбесіда;
- тестування;
- захист проєктів;
- пірінгове оцінювання.

7. Методи навчання:

- метод проблемного навчання;
- метод практико-орієнтованого навчання;
- кейс-метод;
- метод проєктного навчання;
- метод навчання через дослідження;
- метод навчальних дискусій та дебат;
- метод командної роботи, мозкового штурму.

8. Оцінювання результатів навчання.

Оцінювання знань здобувача вищої освіти відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національну оцінку згідно з чинним «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України».

8.1. Розподіл балів за видами навчальної діяльності

Вид навчальної діяльності	Результати навчання	Оцінювання
Модуль 1. Теоретичні засади маркетингу підприємств малого готельно-ресторанного бізнесу		
Практична робота 1. Сутність, функції та концепції маркетингової діяльності підприємств малого бізнесу	ПРН 5, 6. Знати: понятійний і термінологічний апарат навчальної дисципліни. Вміти: опановувати теоретичні підходи маркетингу підприємства малого бізнесу.	15

Практична робота 2. Особливості маркетингу малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу	ПРН 4, 6, 13. Знати: особливості маркетингу малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Вміти: характеризувати зміст маркетингової діяльності малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу.	15
Практична робота 3. Планування, організація та контроль маркетингу малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу	ПРН 4, 5. Знати: сутність, функції та концепції маркетингової діяльності підприємств малого бізнесу. Вміти: застосовувати знання щодо функцій та концептуальних підходів в управлінні маркетинговою діяльністю підприємства малого бізнесу.	15
Практична робота 4. Маркетингові дослідження на підприємствах малого бізнесу з урахуванням галузевої специфіки	ПРН 4, 5, 7, 9, 14. Знати: методи, основні етапи організації та здійснення маркетингових досліджень діяльності малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу; сутність маркетингового середовища малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу; особливості сегментування ринку готельно-ресторанних послуг. Вміти: збирати, обробляти інформацію та аналізувати ринкові можливості малих підприємств, здійснювати вибір цільових ринків; проводити поетапно маркетингові дослідження діяльності малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу.	15
Самостійна робота		10
Модульна контрольна робота 1.		30
Всього за модулем 1.		100
Модуль 2. Маркетингова політика малого підприємства		
Практична робота 5. Маркетингова товарна політика малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу	ПРН 5, 9. Знати: сутність та особливості маркетингової товарної політики малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Вміти: розробляти маркетингову товарну політику з урахуванням особливостей діяльності малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу.	12
Практична робота 6. Маркетингова цінова політика малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу	ПРН 5, 9. Знати: сутність та особливості маркетингової цінової політики малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Вміти: розробляти маркетингову цінову політику з урахуванням особливостей діяльності малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу.	12
Практична робота 7. Маркетингова збутова політика малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу	ПРН 5, 9, 14. Знати: сутність та особливості маркетингової збутової політики малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Вміти: розробляти маркетингову збутову політику з урахуванням особливостей діяльності малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу.	12
Практична робота 8. Маркетингова комунікаційна	ПРН 5, 9. Знати: сутність та особливості маркетингової комунікаційної політики малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу.	12

політика малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу	Вміти: розробляти маркетингову комунікаційну політику з урахуванням особливостей діяльності малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу.	
Практична робота 9. Стратегічне планування та контроль маркетингу малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу	ПРН 5, 9, 13. Знати: етапи процесу стратегічного планування та контролю маркетингу малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Вміти: здійснювати стратегічне планування та контроль маркетингу малих підприємств готельно-ресторанного бізнесу; розраховувати бюджет маркетингу підприємства малого бізнесу з урахуванням галузевої специфіки.	12
Самостійна робота		10
Модульна контрольна робота 2.		30
Всього за модулем 2		100
Навчальна робота	(M1+M2)/2*0,7≤70	
Екзамен		30
Всього	(Навчальна робота + залік) ≤100	

8.2. Шкала оцінювання знань здобувача вищої освіти

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка за національною системою (екзамени / заліки)
90-100	відмінно
74-89	добре
60-73	задовільно
0-59	незадовільно

8.3. Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів та перескладання	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
Політика щодо академічної доброчесності	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Реферати повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу
Політика щодо відвідування	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в он-лайн формі за погодженням із деканом факультету)

9. Навчально-методичне забезпечення

1. Конспекти лекцій та їх презентації (в електронному вигляді).

2. Програма виробничої (переддипломної) практики.
3. Методичні рекомендації до виконання випускної кваліфікаційної роботи.

10. Рекомендовані джерела інформації

Основна

1. Борисенко О. С., Шевченко А. В., Фісун Ю. В., Крапко О. М. Маркетинговий менеджмент: навчальний посібник // за заг. ред. О. С. Борисенко, А. В. Шевченко, Ю. В. Фісун, О. М. Крапко. – К.: НАУ, 2022. 204 с.
2. Дудар В. Управління маркетингом: електронний навч. посібник. Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2022. – 85 с.
3. Крейвен Р. Bright Marketing for Small Business. – Hodder, 2022. 176 p.
4. Сазонець І.Л., Джинджоян В.В., Яковлева-Мельник Н.Г., Седлецька О.В. Маркетинг готельного та ресторанного бізнесу : навчальний посібник. Київ: Видавництво «Каравела». 274 с.
5. Цвілій С. М. Маркетинг в готельно-ресторанному господарстві : навчальний посібник. / С.М. Цвілій, Т.С. Кукліна, В.М. Зайцева – Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2023. 260 с.

Допоміжна

1. Ватченко О. Б. Маркетинг малого бізнесу // International Scientific Journal “Internauka”. – [Електронний ресурс] : Режим доступу. – <http://www.inter-nauka.com/>
2. Косар Н.С., Подарин В. Формування комплексу маркетингу для малого бізнесу у соціальних мережах / Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2022. Т 1. № 18. – С. 32-42.
3. Ратушна Л. Управління маркетингом в діяльності підприємства малого та середнього бізнесу / Інвестиції: практика та досвід. 2020. № 15-16. – С. 111-115.

Інформаційні ресурси

1. Господарський кодекс України. URL: <https://urist.com.ua/act/gku>
2. Електронна бібліотека України. URL: <http://www.elibukr.org/uk/resursi/impakt-faktor-ukrayinskih-zhurnaliv.html>
3. Електронні ресурси Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/node/2116>
4. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
5. Journal of Hospitality and Tourism Research. URL: <https://journals.sagepub.com/home/jht>
6. Інновації та технології в сфері послуг і харчування. URL: <http://itsf.chdtu.edu.ua/>
7. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації. URL: <http://restaurant-hotel.knukim.edu.ua/>