

**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 ГОТЕЛЬНО – РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»
Спеціальність 241 «Готельно – ресторанна справа»
Освітньо-професійна програма «Готельно – ресторанна справа»
ННІ неперервної освіти і туризму
Розробник: доцент кафедри готельно-ресторанної справи та туризму, к.е.н.,
доцент Стефанія МОСІЮК

Опис навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «Маркетинг готельно – ресторанного бізнесу» призначена для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня відповідно до ОПП підготовки бакалаврів за галуззю знань 24 «Сфера обслуговування» за спеціальністю 241 «Готельно – ресторанна справа».

Актуальність вивчення даної дисципліни зумовлюється впровадженням в господарську діяльність підприємств гостинності маркетингових рішень, тому курс «Маркетинг ГРБ» є невід’ємною частиною програми підготовки фахівців з готельної та ресторанної справи.

Завдання навчальної дисципліни полягають в засвоєнні знань з основ маркетингової діяльності, розуміння сутності маркетингу підприємств в готельно – ресторанному бізнесі, його особливостей, вивчення ринку послуг, його структуризації на різних рівнях, регулювання і нормативного забезпечення, засвоєння особливостей маркетингового інструментарію в діяльності підприємств гостинності, уміння використовувати набуті знання в практичній діяльності .

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Освітній ступінь	Бакалавр	
Спеціальність	241 Готельно – ресторанна справа	
Освітня програма	Готельно – ресторанна справа	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Обов’язкова	
Загальна кількість годин	180	
Кількість кредитів ECTS	6	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (за наявності)	-	
Форма контролю	Екзамен	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки (курс)	3 курс	3 курс
Семестр	5	5/6
Лекційні заняття	30 год.	10 год
Практичні, семінарські заняття	30 год.	10 год
Лабораторні заняття		
Самостійна робота	120 год.	160 год
Індивідуальні завдання		
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання	4 год.	

1. Мета, компетентності та програмні результати навчальної дисципліни

Метою дисципліни “Маркетинг готельно – ресторанного бізнесу” є формування у студентів сучасної цілісної системи поглядів та спеціальних знань у сфері маркетингу, набуття практичних навичок та засвоєння теоретичних основ маркетингової діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу, опанування сучасних методик проведення аналізу маркетингового середовища, вибору цільового сегмента споживачів, розробки ефективної товарної, цінової, комунікаційної політики та політики розповсюдження.

Набуття компетентностей

Інтегральна компетентність(ІК):

Інтегральна компетентність:

ІК. Здатність розв’язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми діяльності суб’єктів готельного і ресторанного бізнесу, що передбачає застосування теорій та методів системи наук, які формують концепції гостинності і характеризується комплексністю і невизначеністю умов.

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК1. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, вести здоровий спосіб життя.

ЗК4. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій

ЗК5. Здатність працювати в команді

ЗК 6. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово

ЗК 9. Здатність до абстрактного мислення, аналізу і синтезу

ЗК 11. Здатність спілкуватися іноземною мовою

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

СК7. Здатність розробляти нові послуги (продукцію) з використанням інноваційних технологій виробництва і обслуговування споживачів

СК 08. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання готельних та ресторанних послуг для різних сегментів споживачів

СК 13. Здатність здійснювати планування, управління і контроль діяльності суб’єктів готельного та ресторанного бізнесу

СК15. Здатність розробляти проекти підприємств готельно – ресторанного бізнесу у відповідності до запитів з урахуванням проблем розвитку індустрії гостинності

СК16. Здатність розробляти об’ємно планувальні та дизайнерські рішення підприємств готельного та ресторанного бізнесу

Програмні результати навчання:

ПРН5. Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб’єктів готельного та ресторанного бізнесу

ПРН6. Аналізувати, інтерпретувати і моделювати на основі існуючих наукових концепцій сервісні, організаційні і виробничі процеси готельного і ресторанного бізнесу

ПРН9. Здійснювати підбір технологічного устаткування і обладнання, вирішувати питання раціонального використання просторових і матеріальних ресурсів

2.Програма та структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин													
	денна форма							Заочна форма						
	тиж ні	усього	у тому числі					усьог о	у тому числі					
			л	п	ла б	ін д	с.р .		л	п	ла б	ін д	с.р.	
Змістовий модуль 1. Теоретичні засади маркетингу підприємств гостинності														
Тема 1. Основи маркетингов ої діяльності підприємств а, основні елементи та види маркетингу	1,2	24	4	4	-	-	16	18	1	1	-	-	16	
Тема 2. Маркетинго ве середовище підприємств а.	3,4	24	4	4	-	-	16	18	1	1	-	-	16	
Тема 3. Сутність та специфіка маркетингу послуг	5	12	2	2	-	-	8	18	1	1	-	-	16	
Тема 4. Маркетинго ві дослідженн я кон'юктур и ринку та можливосте й підприємств	6,7	24	4	4	-	-	16	18	1	1	-	-	16	
Тема 5. Основні поняття та показники	8	12	2	2	-	-	8	18	1	1	-	-	16	

підприємств громадськог о харчування та готельного господарств а													
Разом за змістовим модулем 1	96		1 6	1 6	-	-	64	90	5	5	-	-	80
Змістовний модуль 2. Управління маркетинговою діяльністю підприємств ГРБ													
Тема 6. Товарна політика підприємств готельного та ресторанног о господарств а	9,10	24	4	4	-	-	16	18	1	1	-	-	16
Тема 7. Цінова політика підприємств готельного та ресторанног о господарств а.	11	12	2	2	-	-	8	18	1	1	-	-	16
Тема 8. Політика розповсюдж ення послуг підприємств готельного та ресторанног о господарств а	12	12	2	2	-	-	8	18	1	1	-	-	16

Тема 9. Комунікаційна політика підприємств готельного та ресторанного господарства.	13	12	2	2	-	-	8	18	1	1	-	-	16
Тема 10. Планування маркетингу підприємств готельного та ресторанного бізнесу	14,1 5	24	4	4	-	-	16	18	1	1	-	-	16
Разом за змістовим модулем2	84		1 4	1 4	-	-	56	90	5	5	-	-	80
Усього годин	180		30	30	-	-	120	180	10	10	-	-	160

3. Теми лекцій

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Основи маркетингової діяльності підприємства, основні елементи та види маркетингу	4
2	Маркетингове середовище підприємства.	4
3	Сутність та специфіка маркетингу послуг	2
4	Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку та можливостей підприємств	4
5	Основні поняття та показники підприємств громадського харчування та готельного господарства	2
6	Товарна політика підприємств готельного та ресторанного господарства	4
7	Цінова політика підприємств готельного та ресторанного господарства.	2
8	Політика розповсюдження послуг підприємств готельного та ресторанного господарства	2
9	Комунікаційна політика підприємств готельного та ресторанного господарства.	2

10	Планування маркетингу підприємств готельного та ресторанного бізнесу	4
----	--	---

4.Теми практичних (семінарських) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Основи маркетингової діяльності підприємства, основні елементи та види маркетингу	4
2	Маркетингове середовище підприємства.	4
3	Сутність та специфіка маркетингу послуг	2
4	Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку та можливостей підприємств	4
5	Основні поняття та показники підприємств громадського харчування та готельного господарства	2
6	Товарна політика підприємств готельного та ресторанного господарства	4
7	Цінова політика підприємств готельного та ресторанного господарства.	2
8	Політика розповсюдження послуг підприємств готельного та ресторанного господарства	2
9	Комунікаційна політика підприємств готельного та ресторанного господарства.	2
10	Планування маркетингу підприємств готельного та ресторанного бізнесу	4

5.Теми самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Основи маркетингової діяльності підприємства, основні елементи та види маркетингу	16
2	Маркетингове середовище підприємства.	16
3	Сутність та специфіка маркетингу послуг	8
4	Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку та можливостей підприємств	16
5	Основні поняття та показники підприємств громадського харчування та готельного господарства	8
6	Товарна політика підприємств готельного та ресторанного господарства	16
7	Цінова політика підприємств готельного та ресторанного господарства.	8
8	Політика розповсюдження послуг підприємств готельного та ресторанного господарства	8
9	Комунікаційна політика підприємств готельного та	8

	ресторанного господарства.	
10	Планування маркетингу підприємств готельного та ресторанного бізнесу	16

6. Методи та засоби діагностики результатів навчання:

- екзамен;
- усне або письмове опитування;
- модульне тестування;
- реферати, есе;
- захист практичних робіт;
- презентації та виступи на наукових заходах
- інші види.

7. Методи навчання:

- словесний метод (лекція, дискусія, співбесіда тощо);
- практичний метод (практичні заняття);
- наочний метод (метод ілюстрацій, метод демонстрацій);
- робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату);
- відеометод (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);
- самостійна робота (виконання завдань);
- індивідуальна науково-дослідна робота здобувачів вищої освіти.
- інші види.

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
Змістовий модуль 1. Теоретичні засади маркетингу підприємств гостинності		
Практична робота 1-2. Основи маркетингової діяльності підприємства, основні елементи та види маркетингу	<i>ПРН5, ПРН6</i> Розуміти сутність, функції та завдання маркетингу; класифікувати види маркетингу за цільовим призначенням; розрізняти елементи комплексу маркетингу (4Р/7Р); оцінювати роль маркетингу в досягненні стратегічних цілей підприємства (<i>ЗК1, ЗК9, СК08</i>)	15
Практична робота 3-4. Маркетингове середовище	<i>ПРН6</i> Аналізувати зовнішнє та внутрішнє маркетингове середовище; виявляти ключові фактори макро- та	15

підприємства.	мікросередовища, що впливають на діяльність закладу HoReCa; використовувати методи PEST- та SWOT-аналізу для обґрунтування ринкових рішень (ЗК9, СК13)	
Практична робота 5. Сутність та специфіка маркетингу послуг	ПРН5 Пояснювати специфіку маркетингу у сфері послуг (інтональність, невіддільність, непостійність, нематеріальність); адаптувати маркетингові інструменти до особливостей готельних і ресторанних послуг; формувати сервісну цінність для споживача (ЗК1, СК7, СК08)	8
Практична робота 6-7. Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку та можливостей підприємств	ПРН6 Визначати цілі, етапи та методи маркетингових досліджень; здійснювати аналіз ринку туристичних і HoReCa-послуг; інтерпретувати результати досліджень для формування стратегії підприємства (ЗК4, ЗК9, СК13)	14
Практична робота 8. Основні поняття та показники підприємств громадського харчування та готельного господарства	ПРН5, ПРН6 Оперувати базовими термінами та категоріями HoReCa-галузі; розраховувати основні показники ефективності діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства; аналізувати структуру витрат, доходів, прибутковості (ЗК1, СК13)	8
Самостійна робота		10
Модульна контрольна робота 1		30
Всього за модулем 1		100
Змістовний модуль 2. Управління маркетинговою діяльністю підприємств ГРБ		
Практична робота 9-10. Товарна політика підприємств готельного та ресторанного господарства	ПРН6 Формувати товарну (продуктову) стратегію підприємства; сегментувати асортимент послуг; використовувати поняття життєвого циклу послуги при прийнятті маркетингових рішень (ЗК6, ЗК11, СК7, СК08)	16
Практична робота 11. Цінова політика підприємств готельного та ресторанного господарства.	ПРН6 Розробляти цінові стратегії відповідно до ринкової кон'юнктури; застосовувати методи встановлення ціни; аналізувати вплив цін на споживацьку поведінку (ЗК9, СК13)	8

Практична робота 12. Політика розповсюдження послуг підприємств готельного та ресторанного господарства	<i>ПРН6, ПРН9</i> Визначати ефективні канали збуту та дистрибуції; застосовувати прямі та непрямі способи реалізації послуг; оцінювати роль цифрових платформ у дистрибуції (<i>ЗК4, СК08, СК13</i>)	10
Практична робота 13. Комунікаційна політика підприємств готельного та ресторанного господарства.	<i>ПРН6</i> Формувати інтегровану комунікаційну стратегію; розробляти інструменти просування: реклама, PR, цифровий маркетинг, SMM; аналізувати ефективність рекламних кампаній (<i>ЗК4, ЗК6, ЗК11, СК08</i>)	10
Практична робота 14-15. Планування маркетингу підприємств готельного та ресторанного бізнесу	<i>ПРН6</i> Розробляти маркетинговий план; визначати маркетингові цілі та стратегії; координувати маркетингові заходи з операційною діяльністю підприємства (<i>ЗК1, ЗК5, СК13, СК15</i>)	16
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

- електронний навчальний курс навчальної дисципліни (на навчальному порталі НУБіП України eLearn : <https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=4605>;
- конспекти лекцій та їх презентації (в електронному вигляді);
- підручники, навчальні посібники, практикуми;
- методичні матеріали щодо вивчення навчальної дисципліни для здобувачів вищої освіти денної та заочної форм здобуття вищої освіти.

10. Рекомендовані джерела інформації

- 1.Гаркавенко С.С. Маркетинг : підручник. URL : <https://westudents.com.ua/knigi/270-marketing-garkavenko-ss.html> .
 2. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів. Львівський національний університет імені Івана Франка. 2020. 347 с.
- Інформаційні ресурси*
- 1.Hospitality Net <https://www.hospitalitynet.org/>
 - 2.PhocusWire – Hospitality. <https://www.phocuswire.com/Hotel> ,
<https://www.phocuswire.com/>
 - 3.Веб-сайт: Hotel Business. <https://hotelbusiness.com/>
 4. eHotelier Tnooz. <https://ehotelier.com/>
 - 5.HotelMarketing.com. <https://www.hospitality.today/>
 - 6.HSMAI - Hospitality Sales and Marketing Association International. <https://global.hsmai.org/>
 - 7.Cornell Center for Hospitality Research. <https://sha.cornell.edu/faculty-research/centers-institutes/chr/>
 - 8.Think with Google – Travel. <https://www.thinkwithgoogle.com/collections/travel-and-tourism/>
 9. National Restaurant Association – Research. <https://restaurant.org/research-and-media/research/>