

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

**ЗАТВЕРДЖЕНО**  
Факультет економічний  
“18” червня 2026 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА  
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
МАРКЕТИНГ У ТУРИЗМІ**

Галузь знань J «Транспорт та послуги»  
Спеціальність J3 «Туризм та рекреація»  
Освітня програма «Туризм»  
Факультет Економічний  
Розробники: Стефанія МОСІЮК, доцент кафедри готельно-ресторанної справи та туризму, к.е.н., доцент

Київ – 2026 р.

## Опис навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «Маркетинг у туризмі» призначена для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня відповідно до ОПП підготовки бакалаврів за галуззю знань 24 «Сфера обслуговування» за спеціальністю 242 «Туризм і рекреація».

Актуальність вивчення даної дисципліни зумовлюється впровадженням в господарську діяльність туристичних підприємств маркетингових рішень, тому курс «Маркетинг у туризмі» є невід'ємною частиною програми підготовки фахівців з туризму.

Завдання навчальної дисципліни полягають в засвоєнні теоретичних та організаційних основ маркетингу, розуміння сутності організації та взаємозв'язку її внутрішніх елементів та зовнішнього середовища, розумінні системи методів маркетингу в туризмі.

<b>Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь</b>		
Освітній ступінь	<i>Бакалавр</i>	
Спеціальність	<i>242 Туризм і рекреація</i>	
Освітня програма	<i>Туризм</i>	
<b>Характеристика навчальної дисципліни</b>		
Вид	Обов'язкова	
Загальна кількість годин	150	
Кількість кредитів ECTS	5	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (за наявності)	х	
Форма контролю	<i>Екзамен</i>	
<b>Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання</b>		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки (курс)	3	4
Семестр	6	8/9
Лекційні заняття	<i>30 год.</i>	<i>10 год</i>
Практичні, семінарські заняття	<i>30 год.</i>	<i>10 год</i>
Лабораторні заняття		
Самостійна робота	<i>90 год.</i>	<i>130 год</i>
Індивідуальні завдання		
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання	<i>4 год.</i>	

## **1. Мета, компетентності та програмні результати навчальної дисципліни**

Мета навчальної дисципліни «Маркетинг у туризмі» є формування системи поглядів та спеціальних знань у галузі маркетингу індустрії гостинності, набуття практичних навичок щодо просування туристичного продукту на ринку, надання знання про принципи, інструменти та стратегії маркетингової діяльності на туристичному ринку, а також розвинути практичні навички з аналізу ринку, сегментування, позиціонування, просування туристичних продуктів і формування конкурентоспроможних пропозицій, з врахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективності діяльності підприємств туристичної сфери.

Перелік дисциплін, які передують вивченню дисципліни «Маркетинг в туризмі»: Організація туризму, Активний туризм.

*Набуття компетентностей*

***Інтегральна компетентність (ІК):***

ІК. Здатність комплексно розв'язувати складні професійні задачі та практичні проблеми у сфері туризму і рекреації як в процесі навчання, так і в процесі роботи, що передбачає застосування теорій і методів системи екологічних та туризмознавчих наук, з урахуванням принципів збалансованого природокористування, в тому числі на природоохоронних територіях та у сільській місцевості

***Програмні загальні компетентності (К):***

К02. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя

К03. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. Здатність захищати Батьківщину

К04. Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу

К08. Навички використання інформаційних та комунікативних технологій

К09. Здатність виявляти, ставити і вирішувати проблеми

К12. Навички міжособистісної взаємодії

К13. Здатність планувати час та управляти часом

К14. Здатність працювати в команді та автономно, ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших принципів недоброчесності

***Програмні спеціальні (фахові, предметні) компетентності (К) :***

К15. Знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності

- K16. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях
- K17. Здатність аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал територій
- K18. Здатність аналізувати діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління
- K20. Розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного)
- K22. Розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем
- K21. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту
- K27. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації
- K29. Здатність діяти у правовому полі, керуватися нормами законодавства
- K30. Здатність працювати з документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом туристичного бізнесу

*Програмні результати навчання:*

- ПР02. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії туризму, організації туристичного процесу та туристичної діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг, а також світоглядних та суміжних наук
- ПР07. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт
- ПР13. Встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей.
- ПР19. Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань.
- ПР20. Виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання.
- ПР21. Приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності.
- ПР 23. 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.	
<b>Змістовий модуль 1. Теоретичні засади маркетингу в туризмі</b>														
Тема 1. Сутність та роль маркетингу в туризмі	1	10	2	2	-	-	6	13	1	1	-	-	11	

Тема 2. Маркетингове дослідження на ринку туристичних послуг	2,3	20	4	4	-	-	12	13	1	1	-	-	11
Тема 3. Маркетингове дослідження конкурентного середовища	4	10	2	2	-	-	6	13	1	1	-	-	11
Тема 4. Дослідження поведінки споживача	5,6	20	4	4	-	-	12	13	1	1	-	-	11
Тема 5. Маркетинг турпродукту	7	10	2	2	-	-	6	13	1	1	-	-	11
<b>Разом за змістовим модулем 1</b>		<b>70</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	-	-	<b>42</b>	<b>65</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	-	-	<b>55</b>
<b>Змістовний модуль 2. Маркетинг ринку туристичних послуг</b>													
Тема 6. Маркетингове комунікації в туризмі.	8	10	2	2	-	-	6	13	1	1	-	-	11
Тема 7. Сегментація ринку туристичних послуг	9	10	2	2	-	-	6	13	1	1	-	-	11
Тема 8. Маркетингове планування туристичної діяльності	10	10	2	2	-	-	6	12		1	-	-	11

Тема 9. Дистрибуція туристичних послуг	11	10	2	2	-	-	6	12	1		-	-	11
Тема 10. Популяризація туристичних послуг та створення брендингу в туристичній індустрії	12,13	20	4	4	-	-	12	13	1	1	-	-	11
Тема 11. Маркетингова цінова стратегія в туризмі	14	10	2	2	-	-	6	12		1	-	-	11
Тема 12. Інновації у маркетинговій діяльності туристичних підприємств	15	10	2	2	-	-	6	10	1		-	-	9
<b>Разом за змістовим модулем2</b>		<b>80</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	-	-	<b>48</b>	<b>85</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	-	-	<b>75</b>
<b>Усього годин</b>	<b>150</b>		<b>30</b>	<b>30</b>	-	-	<b>90</b>	<b>150</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	-	-	<b>130</b>
Курсова робота з дисципліни Маркетинг у туризмі			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Усього годин</b>	<b>150</b>		<b>30</b>	<b>30</b>	-	-	<b>90</b>	<b>150</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	-	-	<b>130</b>

### 3. Теми лекцій

№п/п	Назва теми	Кількість годин
1	Сутність та роль маркетингу в туризмі	2

2	Маркетингові дослідження на ринку туристичних послуг	4
3	Маркетингові дослідження конкурентного середовища	2
4	Дослідження поведінки споживача	4
5	Маркетинг турпродукту	2
6	Маркетингові комунікації в туризмі.	2
7	Сегментація ринку туристичних послуг	2
8	Маркетингове планування туристичної діяльності	2
9	Дистрибуція туристичних послуг	2
10	Популяризація туристичних послуг та створення брендингу в туристичній індустрії	4
11	Маркетингова цінова стратегія у сфері туристичних послуг	2
12	Інновації у маркетинговій діяльності туристичних підприємств	2

#### 4. Теми практичних (семінарських) занять

№ п/п	Назва теми	Кількість годин
1	Сутність та роль маркетингу в туризмі	2
2	Маркетингові дослідження на ринку туристичних послуг	4
3	Маркетингові дослідження конкурентного середовища	2
4	Дослідження поведінки споживача	4
5	Маркетинг турпродукту	2
6	Маркетингові комунікації в туризмі.	2
7	Сегментація ринку туристичних послуг	2
8	Маркетингове планування туристичної діяльності	2
9	Дистрибуція туристичних послуг	2
10	Популяризація туристичних послуг та створення брендингу в туристичній індустрії	4
11	Маркетингова цінова стратегія у сфері туристичних послуг	2
12	Інновації у маркетинговій діяльності туристичних підприємств	2

#### 5. Теми самостійної роботи

№ п/п	Назва теми	Кількість годин
1	Сутність та роль маркетингу в туризмі	6
2	Маркетингові дослідження на ринку туристичних послуг	12
3	Маркетингові дослідження конкурентного середовища	6

4	Дослідження поведінки споживача	12
5	Маркетинг турпродукту	6
6	Маркетингові комунікації в туризмі.	6
7	Сегментація ринку туристичних послуг	6
8	. Маркетингове планування туристичної діяльності	6
9	Дистрибуція туристичних послуг	6
10	Популяризація туристичних послуг та створення брендингу в туристичній індустрії	12
11	Маркетингова цінова стратегія у сфері туристичних послуг	6
12	Інновації у маркетинговій діяльності туристичних підприємств	6

## 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
<b>Змістовий модуль 1. Теоретичні засади маркетингу в туризмі</b>		

Практична робота 1. Сутність та роль маркетингу в туризмі	Розуміти специфіку туристичного маркетингу та його відмінності від класичного маркетингу; усвідомлювати роль маркетингу у формуванні конкурентоспроможності туристичних підприємств; вміти визначати функції та завдання маркетингу в туристичній діяльності.	6
Практична робота 2-3. Маркетингові дослідження на ринку туристичних послуг	Знати етапи проведення маркетингових досліджень у туризмі; вміти формулювати цілі досліджень, розробляти анкету, аналізувати отримані дані; використовувати результати досліджень для прийняття маркетингових рішень.	20
Практична робота 4. Маркетингові дослідження конкурентного середовища	Вміти ідентифікувати прямих і непрямих конкурентів на туристичному ринку; застосовувати методи конкурентного аналізу (SWOT, 5 сил Портера тощо); оцінювати конкурентоспроможність туристичного підприємства.	8
Практична робота 5-6. Дослідження поведінки споживача	Розуміти фактори, що впливають на вибір туристичних послуг споживачами; вміти досліджувати поведінкові моделі туристів та аналізувати мотиви купівлі; використовувати отриману інформацію для сегментації ринку і позиціонування продукту.	20
Практична робота 7. Маркетинг турпродукту	Знати складові туристичного продукту та етапи його створення; вміти формувати конкурентоспроможний турпродукт з урахуванням потреб споживачів; аналізувати життєвий цикл туристичного продукту та розробляє стратегії його просування.	6
Самостійна робота		<b>10</b>
Модульна контрольна робота 1		<b>30</b>
<b>Всього за модулем 1</b>		<b>100</b>
<b>Змістовний модуль 2. Маркетинг ринку туристичних послуг</b>		
Практична робота 8. Маркетингові комунікації в туризмі.	Розуміти сутність інтегрованих маркетингових комунікацій у сфері туризму; знати основні інструменти комунікаційного впливу: реклама, PR, просування, digital-канали; вміти розробляти ефективну комунікаційну стратегію туристичного підприємства.	7
Практична робота 9.	Знати критерії сегментації туристичного	7

Сегментація ринку туристичних послуг	ринку; вміти виділяти цільові сегменти на основі поведінкових, географічних та демографічних ознак; розробляти позиціонування продукту для кожного сегменту.	
Практична робота 10. Маркетингове планування туристичної діяльності	Розуміти структуру та зміст маркетингового плану; вміти формулювати маркетингові цілі та стратегії в межах туристичного підприємства; розробляти тактичні заходи й оцінює ефективність маркетингових рішень.	7
Практична робота 11. Дистрибуція туристичних послуг	Знати канали розподілу туристичних послуг (прямі, опосередковані, онлайн тощо); вміти будувати ефективну систему збуту й організовувати партнерські мережі; аналізувати вплив цифрових технологій на канали дистрибуції.	7
Практична робота 12-13. Популяризація туристичних послуг та створення брендингу в туристичній індустрії	Знати принципи створення туристичного бренду та формування іміджу дестинації; вміти розробляти заходи з популяризації туристичних послуг; володіти навичками використання візуального стилю, слоганів та бренд-комунікацій.	18
Практична робота 14. Маркетингова цінова стратегія в туризмі	Знати методи ціноутворення в туризмі (включаючи динамічне та пакетне ціноутворення); вміти обґрунтовувати вибір цінової стратегії залежно від ринкової ситуації; оцінювати вплив ціни на споживчу поведінку та попит.	7
Практична робота 15. Інновації у маркетинговій діяльності туристичних підприємств	Розуміти роль інновацій у підвищенні ефективності маркетингу в туризмі; знати сучасні технології (CRM, Big Data, AR/VR, чат-боти, мобільні додатки тощо), що використовуються в туристичному маркетингу; вміти пропонувати інноваційні підходи до просування туристичних продуктів.	7
Самостійна робота		10
Модульна контрольна робота 2		30
<b>Всього за модулем 2</b>		<b>100</b>
<b>Навчальна робота</b>		<b><math>(M1+M2)/2*0,7 \leq 70</math></b>
<b>Екзамен</b>		<b>30</b>
<b>Всього</b>		<b><math>(\text{Навчальна робота} + \text{залік}) \leq 100</math></b>

## 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

<b>Політика щодо дедлайнів та перескладання</b>	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).
<b>Політика щодо академічної доброчесності</b>	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Реферати повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу
<b>Політика щодо відвідування</b>	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=1090>;
- 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. Мосіюк С.І. Методичні рекомендації щодо самостійного вивчення дисципліни «Маркетинг у туризмі», 2021.
2. Мосіюк С.І. Методичні рекомендації для практичних робіт з дисципліни «Маркетинг у туризмі», 2021
3. Руделіус В., Азарян О.М., Бабенко Н.О. Маркетинг : підручник. URL : <http://www.management.com.ua/books/view-books.php?id=257>
4. Маркетинг в Україні : сайт. URL : <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-inua/ahive.php>
5. Маркетинг і реклама : сайт.

URL : <https://smartpress.com.ua/tovar2020-marketing-i-reklama>

6. Національна туристична організація України : сайт. URL :

<http://www.ntoukraine.org>

7. World Tourism Organization : website. URL : <https://www.unwto.org/>