

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра готельно-ресторанної справи та туризму

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

**РОБОЧА ПРОГРАМА  
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**МАРКЕТИНГ ГОТЕЛЬНО – РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ**

Галузь знань J Транспорт та послуги

Спеціальність J2 «Готельно-ресторанна справа та кейтеринг»

Освітня програма «Готельно-ресторанна справа»

Факультет Економічний

Розробник Стефанія МОСІЮК, доцент кафедри готельно-ресторанної справи та туризму к.е.н., доцент

Київ – 2026 р.

## **Опис навчальної дисципліни «Маркетинг готельно-ресторанної справи»**

Дисципліна «**Маркетинг готельно-ресторанної справи**» є однією з основних компонент освітньої програми підготовки бакалаврів у сфері готельно-ресторанного господарства та спрямована на формування у здобувачів вищої освіти системи теоретичних знань і практичних навичок щодо організації та реалізації маркетингової діяльності підприємств індустрії гостинності. Вивчення дисципліни забезпечує розуміння сучасних концепцій маркетингу, особливостей функціонування ринку готельних і ресторанних послуг та механізмів формування конкурентних переваг підприємств у динамічному ринковому середовищі.

Актуальність дисципліни зумовлена зростанням ролі маркетингових технологій у діяльності підприємств гостинності, необхідністю ефективного управління взаємовідносинами зі споживачами, формування позитивного іміджу та бренду закладу, а також підвищенням конкурентоспроможності готелів і ресторанів в умовах цифровізації економіки та глобалізації ринку послуг. Сучасний фахівець сфери гостинності повинен володіти інструментами маркетингового аналізу, планування та просування послуг для забезпечення сталого розвитку підприємства.

У процесі вивчення дисципліни студенти опановують теоретичні засади маркетингової діяльності, вивчають особливості маркетингу послуг, принципи сегментування ринку, визначення цільових споживачів та позиціонування підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Значна увага приділяється дослідженню споживчої поведінки, аналізу конкурентного середовища, формуванню комплексу маркетингу, розробленню цінової, комунікаційної та збутової політики підприємств гостинності.

Опанування дисципліни дозволяє здобувачам набути компетентностей щодо проведення маркетингових досліджень, розроблення маркетингових стратегій і програм просування послуг, використання сучасних цифрових інструментів маркетингу, оцінювання ефективності маркетингових заходів та прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Отримані знання та навички є важливою складовою професійної підготовки майбутніх фахівців та сприяють їх успішній діяльності у сфері готельно-ресторанного бізнесу.

<b>Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь</b>		
Освітній ступінь	<i>Бакалавр</i>	
Спеціальність	<i>J2 «Готельно-ресторанна справа та кейтеринг»</i>	
Освітня програма	<i>Готельно – ресторанна справа</i>	
<b>Характеристика навчальної дисципліни</b>		
Вид	Обов'язкова	
Загальна кількість годин	180	
Кількість кредитів ECTS	6	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (за наявності)	-	
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 курс	3 курс
Семестр	5	5/6
Лекційні заняття	30 год.	8 год
Практичні, семінарські заняття	30 год.	8 год
Лабораторні заняття		
Самостійна робота	120 год.	164 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.

Перелік навчальних дисциплін, які передують вивченню дисципліни «Маркетинг готельно–ресторанного бізнесу»: «Макро- мікроекономіка», «Готельна справа», «Ресторанна справа».

*Набуття компетентностей:*

### *Інтегральна компетентність (ІК):*

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):*

ЗК 04. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій

ЗК 05. Здатність працювати в команді.

ЗК 9. Здатність до абстрактного мислення, аналізу і синтезу

### *Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК):*

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, дизайнерські рішення підприємств готельно-ресторанного бізнесу у відповідності до запитів споживчого ринку.

### *Програмні результати навчання (ПРН):*

ПРН 08. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами готельних та ресторанних послуг

ПРН 11. Застосовувати сучасні інформаційні технології для організації роботи закладів готельного та ресторанного господарства.

ПРН 17. Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань при організації ефективних комунікацій зі споживачами та суб'єктами готельного та ресторанного бізнесу.

## **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	ла	ін	с.р		о	л	п	ла	ін	с.р
				б	д	.					б	д	.	
<b>Змістовий модуль 1. Теоретичні засади маркетингу підприємств гостинності</b>														
Тема 1. Основи маркетингової діяльності підприємства, основні елементи та види маркетингу	1,2	24	4	4	-	-	16	18	1	1	-	-	16	
Тема 2. Маркетингове середовище	3,4	24	4	4	-	-	16	18	1	1	-	-	16	

підприємства.													
Тема 3. Сутність та специфіка маркетингу послуг	5	12	2	2	-	-	8	18	1	1	-	-	16
Тема 4. Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку та можливостей підприємств	6,7	24	4	4	-	-	16	18	1	1	-	-	16
Тема 5. Основні поняття та показники підприємств громадського харчування та готельного господарства	8	12	2	2	-	-	8	18	1	1	-	-	16
<b>Разом за змістовим модулем 1</b>	<b>96</b>		<b>16</b>	<b>16</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>64</b>	<b>90</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>80</b>
<b>Змістовий модуль 2. Управління маркетинговою діяльністю підприємств ГРБ</b>													
Тема 6. Товарна політика підприємств готельного та ресторанного господарства	9,10	24	4	4	-	-	16	18	1	1	-	-	16
Тема 7. Цінова політика підприємств готельного та ресторанного господарства.	11	12	2	2	-	-	8	18			-	-	18
Тема 8. Політика розповсюджен	12	12	2	2	-	-	8	18	1	1	-	-	16

ня послуг підприємств готельного та ресторанного господарства													
Тема 9. Комунікаційна політика підприємств готельного та ресторанного господарства.	13	12	2	2	-	-	8	18			-	-	18
Тема 10. Планування маркетингу підприємств готельного та ресторанного бізнесу	14,15	24	4	4	-	-	16	18	1	1	-	-	16
<b>Разом за змістовим модулем2</b>	<b>84</b>		<b>14</b>	<b>14</b>	-	-	<b>56</b>	90	3	3	-	-	80
<b>Усього годин</b>	<b>180</b>		<b>30</b>	<b>30</b>	-	-	<b>120</b>	<b>180</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	-	-	<b>164</b>

### 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	4

	ресторанного бізнесу	
--	----------------------	--

#### 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 ресторанного господарства.	8

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
<b>Змістовий модуль 1. Теоретичні засади маркетингу підприємств гостинності</b>		
Практична робота 1-2. Основи маркетингової діяльності підприємства, основні елементи та види маркетингу	Розуміти сутність, функції та завдання маркетингу; класифікувати види маркетингу за цільовим призначенням; розрізняти елементи комплексу маркетингу (4P/7P); оцінювати роль маркетингу в досягненні стратегічних цілей підприємства.	15
Практична робота 3-4. Маркетингове середовище	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.	
Практична робота 5. Сутність та специфіка маркетингу послуг	Пояснювати специфіку маркетингу у сфері послуг (інтонагність, невіддільність, непостійність, нематеріальність); адаптувати маркетингові інструменти до особливостей готельних і ресторанних послуг; формувати сервісну цінність для споживача.	8
Практична робота 6-7. Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку та можливостей підприємств	Визначати цілі, етапи та методи маркетингових досліджень; здійснювати аналіз ринку туристичних і HoReCa-послуг; інтерпретувати результати досліджень для формування стратегії підприємства.	14
Практична робота 8. Основні поняття та показники підприємств громадського харчування та готельного господарства	Оперувати базовими термінами та категоріями HoReCa-галузі; розраховувати основні показники ефективності діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства; аналізувати структуру витрат, доходів, прибутковості.	8
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. Управління маркетинговою діяльністю підприємств ГРБ</b>		
Практична робота 9-10. Товарна політика підприємств готельного та ресторанного господарства	Формувати товарну (продуктову) стратегію підприємства; сегментувати асортимент послуг; використовувати поняття життєвого циклу послуги при прийнятті маркетингових рішень.	16
Практична робота 11. Цінова політика підприємств готельного та ресторанного господарства.	Розробляти цінові стратегії відповідно до ринкової кон'юнктури; застосовувати методи встановлення ціни; аналізувати вплив цін на споживацьку поведінку.	8

Практична робота 12. Політика розповсюдження послуг підприємств готельного та ресторанного господарства	Визначати ефективні канали збуту та дистрибуції; застосовувати прямі та непрямі способи реалізації послуг; оцінювати роль цифрових платформ у дистрибуції.	10
Практична робота 13. Комунікаційна політика підприємств готельного та ресторанного господарства.	Формувати інтегровану комунікаційну стратегію; розробляти інструменти просування: реклама, PR, цифровий маркетинг, SMM; аналізувати ефективність рекламних кампаній.	10
Практична робота 14-15. Планування маркетингу підприємств готельного та ресторанного бізнесу	Розробляти маркетинговий план; визначати маркетингові цілі та стратегії; координувати маркетингові заходи з операційною діяльністю підприємства.	16
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=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/>
  10. Сфера послуг. Готельна справа : словник Том 2 / Укладачі Л.М. Гопкало, С.В. Мельниченко, І.П. Кудінова, О.Б. Моргулець, С.І. Мосіюк, В.В. Самсонова, Л.І. Шкварун – К. : НУБіП України, 2025. – 403 с.
  11. Сфера послуг. Індустрія гостинності : словник Том 4. Частина I / Укладачі С.В. Мельниченко, Л.М. Гопкало, І.П. Кудінова, Є.В. Козловський, І.В. Ковальчук, О.Б. Моргулець, С.І. Мосіюк, С.М. Неїленко, О.А. Стретович, В.В. Самсонова, – К. : НУБіП України, 2026. – 411 с.

12. Сфера послуг. Індустрія гостинності : словник Том 4. Частина II / Укладачі С.В. Мельниченко, Л.М. Гопкало, І.П. Кудінова, Є.В. Козловський, І.В. Ковальчук, О.Б. Моргулець, С.І. Мосіюк, С.М. Неїленко, О.А. Стретович, В.В. Самсонова, – К. : НУБіП України, 2026. – 448 с.
13. Сфера послуг. Туризм і рекреація : словник / Укладачі С.В. Мельниченко, І.В. Ковальчук, І.П. Кудінова, С.І. Мосіюк, О.Б. Моргулець, В.В. Самсонова, О.А. Стретович, С.Г. Качмарчик. – К. : НУБіП України, Том 1, 2025. – 545 с.
14. Сфера послуг. Ресторанна справа та кейтеринг : словник. Том 3 / Укладачі Л.М. Гопкало, М.Є. Сердюк, В.М. Бандура, С.І. Мосіюк, С.М. Неїленко – К. : НУБіП України, 2025 – 380 с.
-