



Кафедра туризму та економіки підприємства

«ЗАТВЕРДЖЕНО»

Декан фінансово-економічного
факультету

Катерина ПІЛОВА 
«25» серпня 2025 року

РОБОЧА ПРОГРАМА
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«МАРКЕТИНГ ЗАКЛАДІВ HORECA»

Галузь знань	J Транспорт та послуги
Спеціальність	J2 Готельно-ресторанна справа та кейтеринг
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Освітньо-професійна програма	«Готельно-ресторанний бізнес»
Спеціалізації	-
Статус	Обов'язкова
Загальний обсяг	3 кредити ЄКТС (90 годин)
Форма підсумкового контролю	Екзамен
Термін викладання	1-й семестр, (1-2 чверті)
Мова викладання	українська

Викладач: завідувач кафедри Безугла Л.С.

Пролонговано: на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)
на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

Дніпро
НТУ «ДП»
2025

Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетинг закладів HoReCa» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанний бізнес» спеціальності J2 Готельно-ресторанна справа та кейтеринг. Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», каф. туризму та економіки підприємства. Дніпро: НТУ «ДП», 2025. 13 с.

Розробниця:

- Безугла Людмила Сергіївна – д.е.н., професор, завідувач кафедри туризму та економіки підприємства.

Робоча програма регламентує:

- мету дисципліни;
- дисциплінарні результати навчання, сформовані на основі трансформації очікуваних результатів навчання освітньої програми;
- базові дисципліни;
- обсяг і розподіл за формами організації освітнього процесу та видами навчальних занять;
- програму дисципліни (тематичний план за видами навчальних занять);
- алгоритм оцінювання рівня досягнення дисциплінарних результатів навчання (шкали, засоби, процедури та критерії оцінювання);
- інструменти, обладнання та програмне забезпечення;
- рекомендовані джерела інформації.

Робоча програма призначена для реалізації компетентнісного підходу під час планування освітнього процесу, викладання дисципліни, підготовки здобувачів до контрольних заходів, контролю провадження освітньої діяльності, внутрішнього та зовнішнього контролю забезпечення якості вищої освіти, акредитації освітніх програм у межах спеціальності.

Погоджено рішенням науково-методичної комісії спеціальності J2 Готельно-ресторанна справа та кейтеринг (241 Готельно-ресторанна справа) (протокол № 1 від 25.08.2025 р).

ЗМІСТ

1. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	4
2. ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ	4
3. БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ	5
4. ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ	5
5. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ	5
6. ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	7
6.1. Шкали	7
6.2. Засоби та процедури	7
6.3. Критерії	8
7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	11
8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ	11

1. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

В освітньо-професійній програмі «Готельно-ресторанний бізнес» спеціальності J2 Готельно-ресторанна справа та кейтеринг другого (магістерського) рівня вищої освіти здійснено розподіл результатів навчання (РН) за організаційними формами освітнього процесу. Зокрема, до дисципліни ФЗ «Маркетинг закладів HoReCa» віднесено наступні результати навчання:

РН2	Вільно спілкуватись усно і письмово українською та англійською мовами при обговоренні професійних питань, досліджень та інновацій в сфері готельно-ресторанного бізнесу
РН4	Здійснювати моніторинг кон'юнктури ринку готельних та ресторанних послуг
РН5	Оцінювати нові ринкові можливості, формулювати бізнес-ідеї та розробляти маркетингові заходи з за невизначених умов і вимог, що потребують застосування нових підходів, методів та інструментарію соціально-економічних досліджень
РН7	Досліджувати моделі розвитку міжнародних та національних готельних і ресторанних мереж (корпорацій)
РН11	Здійснювати дослідження та/або провадити інноваційну діяльність з метою отримання нових знань та створення нових технологій та видів послуг (продукції) в сфері готельно-ресторанного бізнесу та в ширших мультидисциплінарних контекстах

Мета дисципліни – сформувати у здобувачів знання та практичні навички у сфері маркетингу закладів HoReCa, навчити застосовувати сучасні інструменти маркетингової діяльності для підвищення конкурентоспроможності закладів, ефективно взаємодіяти з клієнтами та впроваджувати інноваційні стратегії розвитку.

Реалізація мети вимагає трансформації програмних результатів навчання в дисциплінарні та адекватний відбір змісту навчальної дисципліни за цим критерієм.

2. ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Шифр ПР	Дисциплінарні результати навчання (ДРН)	
	Шифр ДРН	Зміст
РН2	РН2.1-ФЗ	презентувати та аргументувати маркетингові стратегії закладу HoReCa українською та англійською мовами з використанням професійної термінології
РН4	РН4.1-ФЗ	здійснювати сегментацію ринку готельно-ресторанних послуг і визначати перспективні ніші для розвитку бізнесу
РН5	РН5.1-ФЗ	генерувати бізнес-ідеї для закладів HoReCa з урахуванням сучасних маркетингових трендів та невизначеності ринку
РН7	РН7.1-ФЗ	аналізувати маркетингові стратегії розвитку міжнародних і національних HoReCa-мереж та оцінювати їхню ефективність
	РН7.2-ФЗ	порівнювати моделі просування брендів у глобальному та локальному середовищі з урахуванням специфіки ринку гостинності

Шифр ПР	Дисциплінарні результати навчання (ДРН)	
	Шифр ДРН	Зміст
РН11	РН11.1-Ф3	розробляти та презентувати креативні маркетингові концепції у мультидисциплінарному середовищі (туризм, івент-менеджмент, креативні індустрії)

3. БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна викладається в 1-му семестрі (1, 2 чвертях) відповідно до навчального плану, тому додаткових вимог до базових дисциплін не встановлюється. Міждисциплінарні зв'язки: вивчення курсу ґрунтується на знаннях, отриманих з вивчених дисциплін за попереднім рівнем освіти.

4. ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Вид навчальних занять	Розподіл за формами навчання, години					
	денна			заочна		
	обсяг	аудиторні заняття	самостійна робота	обсяг	аудиторні заняття	самостійна робота
лекційні	45	26	19	45	4	41
практичні	45	13	32	45	4	41
РАЗОМ	90	39	51	90	8	82

5. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	ЛЕКЦІЇ	45
РН2.1-Ф3 РН7.2-Ф3	Тема 1. Особливості створення бренду в закладах HoReCa: як емоційна складова впливає на вибір клієнтів. 1.1. Брендинг у сфері гостинності: основні принципи та підходи. 1.2. Емоційний маркетинг і його роль у формуванні іміджу закладу. 1.3. Бренд як інструмент формування довіри й лояльності клієнтів.	5
РН2.1-Ф3 РН4.1-Ф3 РН7.2-Ф3	Тема 2. Роль соціальних мереж у просуванні закладів HoReCa. 2.1. SMM як ключовий канал комунікації з клієнтами. 2.2. Використання інструментів таргетованої реклами у Facebook, Instagram, TikTok. 2.3. Контент-маркетинг: сторітелінг, візуальні тренди та відео.	5
РН2.1-Ф3 РН4.1-Ф3 РН7.2-Ф3	Тема 3. Лояльність у сфері гостинності. 3.1. Роль персоналізації у формуванні емоційної прив'язаності клієнтів. 3.2. Класифікація програм лояльності у сфері гостинності. 3.3. Індивідуальний підхід до гостей: технології CRM та аналітика даних. 3.4. Розробка персоналізованих пропозицій і сервісів.	6
РН2.1-Ф3 РН7.1-Ф3 РН11.1-Ф3	Тема 4. Маркетингові стратегії у закладах HoReCa у сегменті «sustainable». 4.1. Концепція сталого розвитку у готельно-ресторанному бізнесі.	5

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	4.2. Еко- та «зелені» ініціативи як інструмент маркетингу. 4.3. Вплив «sustainable-стратегій» на споживчу поведінку.	
RH2.1-Ф3 RH7.1-Ф3 RH11.1-Ф3	Тема 5. Управління онлайн-репутацією закладів HoReCa через відгуки та рейтинги. 5.1. Психологія довіри до онлайн-відгуків. 5.2. Управління репутацією на Google, Booking. 5.3. Стратегії реагування на негативні відгуки.	6
RH2.1-Ф3 RH5.1-Ф3 RH7.1-Ф3	Тема 6. Стратегії збільшення середнього чеку у ресторанах та кафе через ефективні техніки продажу. 6.1. Upselling: як пропонувати преміальні позиції та вигідніші розміри порцій. 6.2. Cross-selling у HoReCa: оптимальні поєднання страв, напоїв та додаткових послуг. 6.3. Психологічні тригери впливу персоналу на вибір клієнта.	6
RH2.1-Ф3 RH5.1-Ф3 RH11.1-Ф3	Тема 7. Івент-маркетинг у HoReCa. 7.1. Види подій для закладів HoReCa (гастрономічні фестивалі, дегустації, корпоративи). 7.2. Подія як інструмент формування унікального клієнтського досвіду. 7.3. Вплив івентів на репутацію та популярність бренду.	6
RH4.1-Ф3 RH5.1-Ф3 RH11.1-Ф3	Тема 8. Доступність та безбар'єрність у сфері гостинності. 8.1. Адаптація послуг і простору закладів HoReCa до принципів безбар'єрності. 8.2. Соціально відповідальний маркетинг як конкурентна перевага готелів і ресторанів. 8.3. Формування іміджу закладу через впровадження стандартів доступності. 8.4. Стратегії просування інклюзивних послуг для різних груп клієнтів.	6
	ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ	45
RH2.1-Ф3 RH4.1-Ф3 RH5.1-Ф3 RH7.1-Ф3 RH7.2-Ф3 RH11.1-Ф3	Кейси успішних брендів HoReCa в Україні та світі.	9
	Обговорення прикладів успішних SMM-кампаній ресторанів та готелів, які залучили нових клієнтів	9
	Приклади успішних стійких практик у закладах HoReCa.	9
	Аналіз кейсів, коли негативні відгуки перетворювалися на можливості для покращення сервісу та підвищення лояльності гостей.	9
	Кейси успішних готелів і ресторанів, що впровадили політику безбар'єрності. Етичний вимір інклюзивного маркетингу в HoReCa.	9
РАЗОМ		90

6. ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання досягнень здобувачів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до Положення університету «Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти», <http://surl.li/bgpruz>. Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що

ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання здобувача за дисципліною.

6.1. Шкали

Оцінювання навчальних досягнень здобувачів НТУ «ДП» здійснюється за рейтинговою (100-бальною) та інституційною шкалами. Остання необхідна (за офіційною відсутністю національної шкали) для конвертації (переведення) оцінок мобільних здобувачів.

Шкали оцінювання навчальних досягнень здобувачів НТУ «ДП»

Рейтингова	Інституційна
90...100	відмінно / Excellent
74...89	добре / Good
60...73	задовільно / Satisfactory
0...59	незадовільно / Fail

Кредити навчальної дисципліни зараховуються, якщо здобувач отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації відповідно до Положення про організацію освітнього процесу НТУ «ДП».

6.2. Засоби та процедури

Зміст засобів діагностики спрямовано на контроль рівня сформованості знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності та автономії здобувача за вимогами НРК до 7-го кваліфікаційного рівня під час демонстрації регламентованих робочою програмою результатів навчання.

Здобувач на контрольних заходах має виконувати завдання, орієнтовані на демонстрацію дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики, що надаються здобувачам на контрольних заходах у вигляді завдань для поточного та підсумкового контролю, формуються шляхом конкретизації вихідних даних та способу демонстрації дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики (контрольні завдання) для поточного та підсумкового контролю дисципліни затверджуються кафедрою.

Види засобів діагностики та процедур оцінювання для поточного та підсумкового контролю дисципліни подано нижче.

Засоби діагностики та процедури оцінювання

ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ			ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	
навчальне заняття	засоби діагностики	процедури	засоби діагностики	процедури
лекції	контрольні завдання	виконання завдань під час лекцій		

практичні	контрольні завдання	виконання завдань під час практичних занять	комплексна контрольна робота (ККР)	визначення сумарного результату поточних контролів
	індивідуальне завдання	виконання завдань під час самостійної роботи		виконання ККР під час екзамену за бажанням здобувача

Під час поточного контролю лекційні заняття оцінюються шляхом визначення якості виконання контрольних конкретизованих завдань. Практичні заняття оцінюються якістю виконання контрольних та індивідуальних завдань.

За наявності рівня результатів поточних контролів з усіх видів навчальних занять не менше 60 балів, підсумковий контроль здійснюється без участі здобувача шляхом визначення сумарного результату поточних оцінок.

Незалежно від результатів поточного контролю кожен здобувач під час екзамену має право виконувати ККР, яка містить завдання, що охоплюють ключові дисциплінарні результати навчання.

Кількість конкретизованих завдань ККР повинна відповідати відведеному часу на виконання. Кількість варіантів ККР має забезпечити індивідуалізацію завдання.

Значення оцінки за виконання ККР визначається оцінкою складових (конкретизованих завдань) і є остаточним.

6.3. Критерії

Реальні результати навчання здобувача ідентифікуються та вимірюються відносно очікуваних під час контрольних заходів за допомогою критеріїв, що описують дії студента для демонстрації досягнення результатів навчання.

Для оцінювання виконання контрольних завдань під час поточного контролю лекційних і практичних занять в якості критерію використовується коефіцієнт засвоєння, що автоматично адаптує показник оцінки до рейтингової шкали:

$$O_i = 100 a/m,$$

де, a – число правильних відповідей або виконаних суттєвих операцій відповідно до еталону рішення; m – загальна кількість запитань або суттєвих операцій еталону.

Індивідуальні завдання та комплексні контрольні роботи оцінюються експертно за допомогою критеріїв, що характеризують співвідношення вимог до рівня компетентностей і показників оцінки за рейтинговою шкалою.

Зміст критеріїв спирається на компетентнісні характеристики, визначені НРК для другого (магістерського) рівня вищої освіти (подано нижче).

**Загальні критерії досягнення результатів навчання
для 7-го кваліфікаційного рівня за НРК**

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
Знання		
- спеціалізовані концептуальні знання, що включають сучасні наукові здобутки у сфері професійної діяльності або галузі знань і є основою для оригінального мислення та проведення досліджень, критичне осмислення проблем у галузі та на межі галузей знань	Відповідь відмінна – правильна, обґрунтована, осмислена. Характеризує наявність: - спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень; - критичне осмислення проблем у навчанні та/або професійній діяльності та на межі предметних галузей	95-100
	Відповідь містить не грубі помилки або описки	90-94
	Відповідь правильна, але має певні неточності	85-89
	Відповідь правильна, але має певні неточності й недостатньо обґрунтована	80-84
	Відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена	74-79
	Відповідь фрагментарна	70-73
	Відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення	65-69
	Рівень знань мінімально задовільний	60-64
Уміння/навички		
- спеціалізовані уміння/навички розв'язання проблем, необхідні для проведення досліджень та/або провадження інноваційної діяльності з метою розвитку нових знань та процедур; - здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі у широких або мультидисциплінарних контекстах; - здатність розв'язувати проблеми у нових або незнайомих середовищах за наявності неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності	Відповідь характеризує уміння: - виявляти проблеми; - формулювати гіпотези; - розв'язувати проблеми; - оновлювати знання; - інтегрувати знання; - провадити інноваційну діяльність; - провадити наукову діяльність	95-100
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності з не грубими помилками	90-94
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації однієї вимоги	85-89
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації двох вимог	80-84
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації трьох вимог	74-79
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації чотирьох вимог	70-73
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності при виконанні завдань за зразком	65-69
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання при виконанні завдань за зразком, але з неточностями	60-64
	Рівень умінь/навичок незадовільний	<60

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
Комунікація		
- зрозуміле і недвозначне донесення власних знань, висновків та аргументації до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються	Зрозумілість відповіді (доповіді). <i>Мова:</i> правильна; чиста; ясна; точна; логічна; виразна; лаконічна. <i>Комунікаційна стратегія:</i> - послідовний і несуперечливий розвиток думки; - наявність логічних власних суджень; - доречна аргументації та її відповідність відстоюваним положенням; - правильна структура відповіді (доповіді); - правильність відповідей на запитання; - доречна техніка відповідей на запитання; - здатність робити висновки та формулювати пропозиції; - використання іноземних мов у професійній діяльності	95-100
	Достатня зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія з незначними хибами	90-94
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано чотири вимоги)	80-84
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано п'ять вимог)	74-79
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано сім вимог)	70-73
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано дев'ять вимог)	65-69
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано 10 вимог)	60-64
	Рівень комунікації незадовільний	<60
Відповідальність і автономія		
- управління робочими або навчальними процесами, які є складними, непередбачуваними та потребують нових стратегічних підходів; - відповідальність за внесок до професійних знань і	Відмінне володіння компетенціями: - використання принципів та методів організації діяльності команди; - ефективний розподіл повноважень в структурі команди; - підтримка врівноважених стосунків з членами команди (відповідальність за взаємовідносини); - стресовитривалість; - саморегуляція; - трудова активність в екстремальних ситуаціях; - високий рівень особистого ставлення до справи; - володіння всіма видами навчальної діяльності; - належний рівень фундаментальних знань;	95-100

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
практики та/або оцінювання результатів діяльності команд та колективів; - здатність продовжувати навчання з високим ступенем автономії	- належний рівень сформованості загально-навчальних умінь і навичок	
	Упевнене володіння компетенціями відповідальності і автономії з незначними хибами	90-94
	Добре володіння компетенціями відповідальності і автономії (не реалізовано дві вимоги)	85-89
	Добре володіння компетенціями відповідальності і автономії (не реалізовано три вимоги)	80-84
	Добре володіння компетенціями відповідальності і автономії (не реалізовано чотири вимоги)	74-79
	Задовільне володіння компетенціями відповідальності і автономії (не реалізовано п'ять вимог)	70-73
	Задовільне володіння компетенціями відповідальності і автономії (не реалізовано шість вимог)	65-69
	Задовільне володіння компетенціями відповідальності і автономії (рівень фрагментарний)	60-64
	Рівень відповідальності і автономії незадовільний	<60

7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

На навчальних заняттях здобувачі повинні мати: гаджети з можливістю підключення до Інтернету; перевірений доступ до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; інстальований на ПК та /або мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point); активований акаунт університетської пошти на Office365; спеціалізоване програмне забезпечення Servio HMS і Servio POS; лабораторія туристичного бізнесу та гостинності.

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Безугла Л. С., Палехова Л. Л., Белобородова М. В. Управління сталою поведінкою споживачів у туристичній діяльності: навч. посіб. Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка». Дніпро: Акцент, 2024. 185 с.

2. Маркетинг закладів HoReCa [Електронний ресурс]: методичні рекомендації до виконання практичних робіт для здобувачів ступеня магістра освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанний бізнес» спеціальності J2 Готельно-ресторанна справа та кейтеринг / Л.С. Безугла; М-во освіти і науки України, Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка». – Дніпро : НТУ «ДП», 2025. – 32 с.

3. Makarova V., Mykhailov A., Bezuhla L., Matviienko H., Marynenko N. Management of Ecological Land Destructions as a Basis for the Formation of Green Marketing. *Review of Economics and Finance*. 2023. vol.21. pp. 383-392 <https://refpress.org/ref-vol21-a39/>

4. Сидорук С., Матвійчук Л., Лепкий М. Особливості стратегічної діагностики сфери HoReCa у військовий період. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2023. №2 (8), С. 5-11. [https://doi.org/10.32782/2708-4949.2\(8\).2023.1](https://doi.org/10.32782/2708-4949.2(8).2023.1)

5. Маркетинг у HoReCa: як соціальні мережі підвищують лояльність клієнтів і ваш прибуток. URL: <https://salesbox.ua/blog/marketynh-u-horeca-yak-sotsialni-merezhi-pidvyushuyut-loyalnist-kliientiv-i-vash-prybutok/>
6. Безугла Л.С., Перевозова І.В., Лагодієнко В.В., Ільченко Т.В., Неміш Ю.В. Маркетингові системи розподілу : навчальний посібник. Дніпро : Грані, 2022. 244 с. URL: <https://ir.nmu.org.ua/handle/123456789/166182>
7. Bezuhla L., Koshkalda I., Perevozova I. Functioning of the tourism business in the context of sustainable development. *Security management of the xxi century: national and geopolitical aspects : collective monograph*, Prague, 2022, pp. 190-199
8. Bezuhla L., Koshkalda I., Perevozova I., Kasian S., Hrechanyk N. Marketing Management of the Regional Ecotourism Infrastructure. *International Journal of Industrial Engineering & Production Research*. 2022. 33 (1), 1-11. DOI: 10.22068/ijiepr.33.1.3
9. Гросул В., Балацька Н. Digital-маркетинг як дієвий інструмент антикризового розвитку підприємства ресторанного бізнесу в період пандемії та її рецесії. *Підприємництво та інновації*. 2020. (11-2), С. 7-12. <https://doi.org/10.37320/2415-3583/11.20>
10. Острянин С. О., Безугла Л. С., Белобородова М. В., Кулівар В. В. Економічні стратегії розвитку інклюзивного туризму для реабілітації та реінтеграції ветеранів: сучасні виклики та перспективи. *Науковий журнал «Економічний вісник Дніпровської політехніки»*. 2024. №2 (86). С. 184-196 URL: <https://doi.org/10.33271/ebdut/86.184>
11. Безугла Л. С., Герасименко Т. В., Андрусів У. Я. Інклюзивний туризм: Європейський досвід. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2023. Том 8. № 3. С. 293 – 297. <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2023-3-44>
12. Безугла Л.С. Дистанційний курс з дисципліни «Маркетинг закладів HoReCa» на платформі Moodle для здобувачів ступеня магістра освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанний бізнес», 2025 рік. URL: <https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=7437>

Навчальне видання

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Маркетинг закладів HoReCa»
для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти
ОПП «Готельно-ресторанний бізнес»
зі спеціальності J2 Готельно-ресторанна справа та кейтеринг

Розробниця:
Безугла Людмила Сергіївна

В редакції авторки

Видано
у Національному технічному університеті
«Дніпровська політехніка».
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 1842
49005, м. Дніпро, просп. Д. Яворницького, 19