

**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 У ТУРИЗМІ

Галузь знань: 24 «Сфера обслуговування»
Спеціальність: 242 «Туризм і рекреація»
Освітня програма: «Туризм»
ННІ неперервної освіти і туризму
Розробник: к.е.н., доцент Стефанія МОСІЮК

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.

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Освітній ступінь	Бакалавр	
Спеціальність	242 Туризм і рекреація	
Освітня програма	Туризм	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Обов'язкова	
Загальна кількість годин	150	
Кількість кредитів ECTS	5	
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	
Семестр	6	
Лекційні заняття	30 год.	10 год
Практичні, семінарські заняття	30 год.	10 год
Лабораторні заняття		
Самостійна робота	90 год.	130 год
Індивідуальні завдання		
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання	4 год.	

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.

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

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК.3. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо

ЗК8. Навички використання інформаційних та комунікативних технологій

ЗК10. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності :

СК15. Знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності

СК21. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту

СК25. Здатність використовувати в роботі туристичних підприємств інформаційні технології та офісну техніку

СК27. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації

Програмні результати навчання:

ПР09. Організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки

ПР11. Володіти державною та іноземною (ними) мовою (мовами), на рівні, достатньому для здійснення професійної діяльності

ПР12. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг.

ПР15. Проявляти толерантність до альтернативних принципів та методів виконання професійних завдань

ПР17. Управляти своїм навчанням з метою самореалізації в професійній туристичній сфері.

ПР19. Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань

2. Програма та структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин												
	денна форма							Заочна форма					
	тиж ні	усього о	у тому числі					усього о	у тому числі				
			л	п	ла б	ін д	с.р.		л	п	ла б	інд	с.р
Змістовий модуль 1. Теоретичні засади маркетингу в туризмі													
Тема 1. Сутність та роль марке- тингув туризмі	1	10	2	2	-	-	6	13	1	1	-	-	11
Тема 2. Маркетинго ві дослідженн я на ринку туристични х послуг	2,3	20	4	4	-	-	12	13	1	1	-	-	11
Тема 3. Маркетинго ві дослідженн я конкурентн ого середовища	4	10	2	2	-	-	6	13	1	1	-	-	11
Тема 4. Дослідженн я поведінки споживача	5,6	20	4	4	-	-	12	13	1	1	-	-	11
Тема 5. Маркетинг турпродукт у	7	10	2	2	-	-	6	13	1	1	-	-	11
Разом за змістовим модулем 1	70		14	14	-	-	42	65	5	5	-	-	55

Змістовний модуль 2. Маркетинг ринку туристичних послуг													
Тема 6 . Маркетинго ві комунікації в туризмі.	8	10	2	2	-	-	6	13	1	1	-	-	11
Тема 7. Сегментаці я ринку туристични х послуг	9	10	2	2	-	-	6	13	1	1	-	-	11
Тема 8. Маркетинго ве планування туристичної діяльності	10	10	2	2	-	-	6	12		1	-	-	11
Тема 9. Дистрибуці я туристични х послуг	11	10	2	2	-	-	6	12	1		-	-	11
Тема 10. Популяриза ція туристични х послуг та створення брендингу в туристичній індустрії	12,1 3	20	4	4	-	-	12	13	1	1	-	-	11
Тема 11. Маркетинго ва цінова стратегія в туризмі	14	10	2	2	-	-	6	12		1	-	-	11
Тема 12. Інновації у маркетинго вій діяльності туристични х підприємств	15	10	2	2	-	-	6	10	1		-	-	9

Разом за змістовим модулем2	80	16	16	-	-	48	85	5	5	-	-	75
Усього годин	150	30	30	-	-	90	150	10	10	-	-	130

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	2

	послуг	
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
Змістовий модуль 1. Теоретичні засади маркетингу в туризмі		
Практична робота 1. Сутність та роль маркетингу в туризмі	<i>ПР15, ПР19</i> 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 (<i>ЗК3, СК15, СК21</i>)	6
Практична робота 2-3. Маркетингові дослідження на ринку туристичних послуг	<i>ПР09, ПР17</i> Знати етапи та методи проведення маркетингових досліджень у туризмі; вміти формулювати цілі досліджень, розробляти анкету, аналізувати отримані дані; використовувати результати досліджень для прийняття маркетингових рішень (<i>ЗК8, СК21, СК25</i>)	20
Практична робота 4. Маркетингові дослідження конкурентного середовища	<i>ПР09, ПР19</i> Вміти ідентифікувати прямих і непрямих конкурентів на туристичному ринку; застосовувати методи конкурентного аналізу (SWOT, 5 сил Портера тощо); оцінювати конкурентоспроможність туристичного підприємства (<i>СК15, СК21</i>)	8
Практична робота 5-6. Дослідження поведінки споживача	<i>ПР12, ПР15</i> 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 (<i>ЗК3, СК21, СК27</i>)	20
Практична робота 7. Маркетинг турпродукту	<i>ПР09, ПР17</i> 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 (<i>ЗК8, СК21, СК25</i>)	6

Самостійна робота		10
Модульна контрольна робота 1		30
Всього за модулем 1		100
Змістовний модуль 2. Маркетинг ринку туристичних послуг		
Практична робота 8. Маркетингові комунікації в туризмі.	<i>ПР09, ПР11, ПР12</i> 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 (<i>ЗК10, СК27, СК21</i>)	7
Практична робота 9. Сегментація ринку туристичних послуг	<i>ПР09, ПР17</i> Знати критерії сегментації туристичного ринку; вміти виділяти цільові сегменти на основі поведінкових, географічних та демографічних ознак; розробляти позиціонування продукту для кожного сегменту (<i>ЗК6, СК15, СК21</i>)	7
Практична робота 10. Маркетингове планування туристичної діяльності	<i>ПР09, ПР17, ПР19</i> Розуміти структуру та зміст маркетингового плану; вміти формулювати маркетингові цілі та стратегії в межах туристичного підприємства; розробляти тактичні заходи й оцінює ефективність маркетингових рішень (<i>ЗК1, СК21</i>)	7
Практична робота 11. Дистрибуція туристичних послуг	<i>ПР09</i> 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 (<i>ЗК8, СК25, СК21</i>)	7
Практична робота 12-13. Популяризація туристичних послуг та створення брендингу в туристичній індустрії	<i>ПР11, ПР12, ПР19</i> 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 (<i>ЗК10, СК27, СК21</i>)	18
Практична робота 14. Маркетингова цінова стратегія в туризмі	<i>ПР09, ПР17</i> Знати методи ціноутворення в туризмі (включаючи динамічне та пакетне ціноутворення); вміти обґрунтовувати вибір цінової стратегії залежно від ринкової ситуації; оцінювати вплив ціни на споживчу	7

	поведінку та попит (ЗК6, СК21)	
Практична робота 15. Інновації у маркетинговій діяльності туристичних підприємств	ПР09, ПР17, ПР19 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 (ЗК3, ЗК8, СК25, СК21)	7
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=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/arhive.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/>