



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ У ТУРИЗМІ»

Ступінь вищої освіти - Бакалавр

Спеціальність **242 «Туризм»**

Освітня програма «_____»

Рік навчання 4 , семестр 7

Форма навчання денна, заочна

Кількість кредитів ЄКТС 6

Мова викладання українська (українська, англійська, німецька)

Лектор дисципліни:

Мосіюк С.І.

Контактна інформація

лектора (e-mail):

4stefani2@gmail.com

Сторінка дисципліни в

eLearn :

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=1090>

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

(до 1000 друкованих знаків)

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».

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.

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 з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективності діяльності підприємств туристичної сфери.

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.

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Тема	Години (лекції/ практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
1 семестр				
Модуль 1				
Тема1 Сутність та роль маркетингу в туризмі	2/2	Знати методи маркетингового ціноутворення в туризмі; методи і нормативну основу	Здача індивідуальної чи практичної роботи.	5

Тема 2 Маркетингові дослідження на ринку туристичних послуг	4/4	реклами туристичного продукту; методи стимулювання продажу; методи пропаганди туристичного продукту; технології розробки, просування та реалізації туристичних продуктів; процес управління каналами розподілу. <i>Вміти</i> коригувати обсяги, асортимент та ціну одиниці продукту, використовуючи методи прогнозування та структуру витрат на одиницю послуг.	Написання тестів, есе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn) Розв'язок задач, тощо.	8
Тема 3 Маркетингові дослідження конкурентного середовища	2/2	туристичного продукту; технології розробки, просування та реалізації туристичних продуктів; процес управління каналами розподілу. <i>Вміти</i> коригувати обсяги, асортимент та ціну одиниці продукту, використовуючи методи прогнозування та структуру витрат на одиницю послуг.		5
Тема 4 Дослідження поведінки споживача	4/4	туристичного продукту; технології розробки, просування та реалізації туристичних продуктів; процес управління каналами розподілу. <i>Вміти</i> коригувати обсяги, асортимент та ціну одиниці продукту, використовуючи методи прогнозування та структуру витрат на одиницю послуг.		7
Тема 5 Маркетинг турпродукту	2/2	туристичного продукту; технології розробки, просування та реалізації туристичних продуктів; процес управління каналами розподілу. <i>Вміти</i> коригувати обсяги, асортимент та ціну одиниці продукту, використовуючи методи прогнозування та структуру витрат на одиницю послуг.		5
Тема 6 Маркетингові комунікації в туризмі.	2/2	туристичного продукту; технології розробки, просування та реалізації туристичних продуктів; процес управління каналами розподілу. <i>Вміти</i> коригувати обсяги, асортимент та ціну одиниці продукту, використовуючи методи прогнозування та структуру витрат на одиницю послуг.		5
Тема 7 Сегментація ринку туристичних послуг	2/2	туристичного продукту; технології розробки, просування та реалізації туристичних продуктів; процес управління каналами розподілу. <i>Вміти</i> коригувати обсяги, асортимент та ціну одиниці продукту, використовуючи методи прогнозування та структуру витрат на одиницю послуг.		5
Тема 8 Маркетингове планування туристичної діяльності	2/2	туристичного продукту; технології розробки, просування та реалізації туристичних продуктів; процес управління каналами розподілу. <i>Вміти</i> коригувати обсяги, асортимент та ціну одиниці продукту, використовуючи методи прогнозування та структуру витрат на одиницю послуг.		5
Тема 9 Дистрибуція туристичних послуг	2/2	туристичного продукту; технології розробки, просування та реалізації туристичних продуктів; процес управління каналами розподілу. <i>Вміти</i> коригувати обсяги, асортимент та ціну одиниці продукту, використовуючи методи прогнозування та структуру витрат на одиницю послуг.		5
Тема 10 Популяризація туристичних послуг та створення брендингу в туристичній індустрії	2/2	туристичного продукту; технології розробки, просування та реалізації туристичних продуктів; процес управління каналами розподілу. <i>Вміти</i> коригувати обсяги, асортимент та ціну одиниці продукту, використовуючи методи прогнозування та структуру витрат на одиницю послуг.		5
Тема 11 Франчайзинг у туристичному бізнесі	2/2	туристичного продукту; технології розробки, просування та реалізації туристичних продуктів; процес управління каналами розподілу. <i>Вміти</i> коригувати обсяги, асортимент та ціну одиниці продукту, використовуючи методи прогнозування та структуру витрат на одиницю послуг.		5
Тема 12 Маркетингова цінова стратегія в туризмі	2/2	туристичного продукту; технології розробки, просування та реалізації туристичних продуктів; процес управління каналами розподілу. <i>Вміти</i> коригувати обсяги, асортимент та ціну одиниці продукту, використовуючи методи прогнозування та структуру витрат на одиницю послуг.		5

Тема 13 Інновації у маркетинговій діяльності туристичних підприємств	2/2	туризму, організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки..		5
Всього за 1 семестр				70
Екзамен				30
Всього за курс				100

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 добросовісності:	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Курсові роботи, 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)

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ

Рейтинг студента, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів заліків	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано