



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ У ТУРИЗМІ»

Ступінь вищої освіти - Бакалавр

Спеціальність **242 «Туризм і рекреація»**

Освітня програма «Туризм»

Рік навчання 3 , семестр 6

Форма навчання денна, заочна

Кількість кредитів ЄКТС 5

Мова викладання українська (українська, англійська, німецька)

Лектор дисципліни:

**Контактна інформація
лектора (e-mail):**

**Сторінка дисципліни в
eLearn :**

Мосіюк Стефанія Іванівна, кандидат економічних наук, доцент

4stefani2@gmail.com

<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 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.

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.

Компетентності ОП:

Інтегральна компетентність: 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):

ЗК3. 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

СТРУКТУРА ДИЦИПЛІНИ

Тема	Години (лекції/практичні семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
Змістовий модуль 1. Теоретичні засади маркетингу в туризмі				
Тема1. Сутність та роль маркетингу в туризмі	2/2	Знати методи маркетингового ціноутворення в туризмі; методи і нормативну основу реклами туристичного продукту; методи стимулювання продажу;	Здача індивідуальної чи практичної роботи.	8
Тема2. Маркетингові дослідження на ринку туристичних послуг	4/4	методи пропаганди; Розв'язок туристичного задач, тощо. продукту;	Виконання самостійної роботи (в т.ч. на ельорні). Розв'язування задач	16
Тема 3. Маркетингові дослідження конкурентного середовища	2/2	технології розробки, просування та реалізації туристичних продуктів; процес управління каналами розподілу.	Написання тестів, ессе.	8
Тема 4. Дослідження поведінки споживача	4/4	Вміти коригувати обсяги, асортимент та ціну одиниці продукту, використовуючи методи		16
Тема 5. Маркетинг турпродукту	2/2			8

		прогнозування структуру витрат на одиницю послуг. Аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал території. Формувати попит і Просувати туристичний продукт на ринку за результатами маркетингових досліджень та використовуючи рекламні інформаційні технології. Розробляти та впроваджувати спеціалізовані туристичні продукти в сфері екологічного туризму, організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості та норм безпеки.		
Самостійна робота 1				14
Тест по змістовному модулю 1		<i>Підсумковий контроль</i>		30
Загалом по модулю 1				100
Змістовний модуль 2. Маркетинг ринку туристичних послуг				
Тема 6 Маркетингові комунікації в туризмі.	2/2	Знати методи маркетингового ціноутворення в туризмі; методи і нормативну основу реклами туристичного продукту; методи стимулювання	Здача індивідуальної чи практичної роботи. Виконання самостійної роботи (в т.ч. на ельборні).	7
Тема 7. Сегментація ринку туристичних послуг	2/2			7

Тема 8. Маркетингове планування туристичної діяльності	2/2	продажу; методи пропаганди; Розв'язок туристичного задач, тощо.	Розв'язування задач Написання тестів, ессе.	7
Тема 9. Дистрибуція туристичних послуг	2/2	продукту; технології розробки, просування та реалізації		7
Тема 10. Популяризація туристичних послуг та створення брендингу в туристичній індустрії	2/2	туристичних продуктів; процес управління каналами розподілу. <i>Вміти</i> коригувати обсяги, асортимент та ціну одиниці продукту,		7
Тема 11. Франчайзинг у туристичному бізнесі	2/2	використовуючи методи прогнозування		7
Тема 12. Маркетингова цінова стратегія в туризмі	2/2	структуру витрат на одиницю послуг. <i>Аналізувати</i>		7
Тема 13. Інновації у маркетинговій діяльності туристичних підприємств	2/2	рекреаційно-туристичний потенціал території. <i>Формувати</i> попит і Просувати туристичний продукт на ринку за результатами маркетингових досліджень та використовуючи рекламні інформаційні технології. <i>Розробляти та впроваджувати</i> спеціалізовані туристичні продукти в сфері екологічного туризму, організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних,		7

		комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості та норм безпеки		
Самостійна робота 2				14
Тест по змістовному модулю 2				30
Загалом за модуль 2				100
Навчальна робота				70
Іспит				30
Всього балів по дисципліні				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 доброчесності:	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (вт.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)

ІШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАЇЬ 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

Рекомендовані джерела

1. Забалдіна, Ю. Б. Маркетинг туристичного підприємства: навчальний посібник / Ю.Б. Забалдіна – К.: Музична Україна.
2. Мунін, Г. Б. Маркетингу туризму: навч. посібник / Г.Б. Мунін, З.І. Тимошенко, Є.В. Самарцев, А.О. Змійов – К.: Вид-во Європ. ун-ту.

Допоміжна

1. Кудла, Н. Є. Маркетинг туристичних послуг : навч. посіб. / Н. Є. Кудла. – К. : Знання.
2. Мунін, Г. Б. Маркетинг туризму : економіко-організаційні аспекти : підручник / Г. Б. Мунін, В. О. Лук'янов, В. В. Гарагонич. – К. : Кондор