



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ 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 6

Мова викладання українська (українська, англійська, німецька)

Лектор дисципліни:

**Контактна інформація
лектора (e-mail):
URL ЕНК на
навчальному порталі
НУБіП України**

Мосіюк Стефанія Іванівна, кандидат економічних наук, доцент

4stefani2@gmail.com

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

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

(до 1000 друкованих знаків)

Навчальна дисципліна «Маркетинг у туризмі» призначена для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня відповідно до ОПП «Туризм» 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 навчальної дисципліни:

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):

K03. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо

K04. Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу

K08. Навички використання інформаційних та комунікативних технологій

K09. Здатність виявляти, ставити і вирішувати проблеми

K12. Навички міжособистісної взаємодії

K13. Здатність планувати час та управляти часом

K14. Здатність працювати в команді та автономно

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності :

K15. Знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності

K16. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях

K17. Здатність аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал територій

K18. Здатність аналізувати діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління

K20. Розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного)

K22. Розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем

K27. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації

K29. Здатність діяти у правовому полі, керуватися нормами законодавства

K30. Здатність працювати з документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом туристичного бізнесу.

Програмні результати навчання:

ПР07. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт

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

ПР12. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг.

ПР13. Встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей.

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

ПР20. Виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИЦИПЛІНИ

Тема	Години (лекції/практичні семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
Семестр 1				
Модуль 1				
Тема 1. Сутність та роль маркетингу в туризмі	2/2	Знати методи маркетингового ціноутворення в туризмі; методи і нормативну основу реклами туристичного продукту; методи стимулювання продажу; методи пропаганди; Розв'язок туристичного задач, тощо. продукту; технології розробки, просування та реалізації туристичних продуктів; процес управління каналами розподілу. <i>Вміти</i> коригувати обсяги, асортимент	Здача індивідуальної чи практичної роботи. Виконання самостійної роботи (в т.ч. на ельорні). Розв'язування задач Написання тестів, ессе.	4
Тема 2. Маркетингові дослідження на ринку туристичних послуг	4/4			8
Тема 3. Маркетингові дослідження конкурентного середовища	2/2			5
Тема 4. Дослідження поведінки споживача	4/4			8
Тема 5. Маркетинг турпродукту	2/2			5
Тема 6 .	2/2			5

Маркетингові комунікації в туризмі.		та ціну одиниці продукту,		
Тема 7. Сегментація ринку туристичних послуг	2/2	використовуючи методи прогнозування та структуру витрат на одиницю послуг.		5
Тема 8. Маркетингове планування туристичної діяльності	2/2	Аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал території.		5
Тема 9. Дистрибуція туристичних послуг	2/2	Формувати попит і Просувати туристичний продукт на ринку за результатами		5
Тема 10. Популяризація туристичних послуг та створення брендингу в туристичній індустрії	2/2	маркетингових досліджень та використовуючи рекламні інформаційні технології. Розробляти та впроваджувати спеціалізовані туристичні продукти в сфері		5
Тема 11. Франчайзинг у туристичному бізнесі	2/2	екологічного туризму, організовувати процес обслуговування		5
Тема 12. Маркетингова цінова стратегія в туризмі	2/2	споживачів туристичних послуг на основі використання		5
Тема 13. Інновації у маркетинговій діяльності туристичних підприємств	2/2	сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості та норм безпеки.		5
Навчальна робота				70
Іспит				30
Усього за курс				100
Курсова робота				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 екзамнів заборонені (вт.ч. із використанням мобільних девайсів). Курсові роботи , реферати повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу

Політика відвідування:	щодо	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 ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

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

Рекомендовані джерела інформації

1. Руделіус В., Азарян О.М., Бабенко Н.О. Маркетинг : підручник. URL : <http://www.management.com.ua/books/view-books.php?id=257>
2. Маркетинг в Україні : сайт. URL : <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-inua/arhive.php>
3. Маркетинг і реклама : сайт.
URL : <https://smartpress.com.ua/tovar2020-marketing-i-reklama>
4. Національна туристична організація України : сайт. URL : <http://www.ntoukraine.org>
5. World Tourism Organization : website. URL : <https://www.unwto.org/>