

Базова інформація про дисципліну	
Назва дисципліни	МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМІ / MARKETING IN TOURISM
Освітній ступінь	бакалавр
Галузь знань	24 Сфера обслуговування
Спеціальність	242 Туризм
Освітня програма	<i>Міжнародний туризм</i>
Факультет	ФРГТБ
Курс	III
Анотація курсу	<p>Головна мета вивчення дисципліни «Маркетинг в туризмі» полягає у вивченні теоретичних основ, базових категорій маркетингу, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності підприємства й організації сфери туризму, опануванні студентами сучасних методик проведення маркетингових досліджень, що застосовуються туристичними підприємствами і організаціями, аналізу маркетингового середовища, розробки ефективної продуктової, цінової, збутової та комунікаційної політики туристичних підприємств і організацій.</p> <p>Завданням вивчення дисципліни «Маркетинг в туризмі» є:</p> <ul style="list-style-type: none"> • визначення особливостей та сучасних тенденцій розвитку маркетингу в туристичних підприємствах і організаціях; • вивчення тенденцій розвитку туристичного ринку, його окремих секторів; • опанування технології та основних напрямів маркетингових досліджень; • засвоєння основ формування продуктової політики, виходячи з особливостей та специфіки туристичного продукту; • оволодіння навичками реалізації ефективної цінової політики на туристичних підприємствах; • формування наукових засад розроблення системи збуту туристичного продукту; • вивчення алгоритмів розроблення ефективної комунікаційної політики туристичних підприємств і організацій; • опанування основ маркетингового планування; • формування комплексу знань щодо організації служби маркетингу на підприємствах і в організаціях сфери туризму; • вивчення теоретичних засад і практичних аспектів налагодження системи маркетингового контролю; • оволодіння технологіями цифрового маркетингу туристичних підприємств і організацій; • визначення сутності й особливостей івент-маркетингу туристичних підприємств і організацій. <p>Предметом вивчення дисципліни є теоретичні та прикладні засади маркетингової діяльності в сфері туризму, як на рівні підприємства, так і на рівні конкретних туристичних DESTINATION.</p>

Мова викладання	українська
Інформація про викладача дисципліни	Забалдіна Юлія Борисівна Кандидат економічних наук, Доцент кафедри туризму та рекреації

РЕЗУЛЬТАТИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

242 Туризм,
спеціалізація «Міжнародний туризм» (ОС бакалавр)

Номер в освітній програмі	Зміст компетентності	Номер теми, що розкриває зміст компетентності
<i>Загальні компетентності за освітньою програмою</i>		
K03.	Здатність діяти соціально відповідально та свідомо	1, 2, 3, 4, 5, 18
K05.	Прагнення до збереження навколишнього середовища	1, 2, 18
K08.	Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій	6-13, 15
K09.	Вміння виявляти, ставити і вирішувати проблеми	1-18
K10.	Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово	1-18
<i>Фахові компетентності за освітньою програмою</i>		
K16.	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях	3-18
K21.	Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту	5, 6, 9-13, 15, 17
K24.	Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал	6-8, 12
K26.	Здатність визначати індивідуальні туристичні потреби, використовувати сучасні технології обслуговування туристів та вести претензійну роботу	5, 6
K27.	Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації	12
<i>Програмні результати навчання за освітньою програмою</i>		
ПР02.	Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії туризму, організації туристичного процесу та туристичної діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг, а також світоглядних та суміжних наук.	1-18
ПР03.	Знати і розуміти основні форми і види туризму, їх поділ.	4
ПР07.	Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт.	9-12

ПР08.	Ідентифікувати туристичну документацію та вміти правильно нею користуватися.	9-12
ПР09.	Організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.	14
ПР11.	Володіти державною та іноземною (ними) мовою (мовами), на рівні, достатньому для здійснення професійної діяльності.	9-12
ПР12.	Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг.	5, 12
ПР16.	Діяти у відповідності з принципами соціальної відповідальності та громадянської свідомості.	1-18
ПР18.	Адекватно оцінювати свої знання і застосовувати їх в різних професійних ситуаціях.	1-18

Пререквізити дисципліни	вивчення дисципліни базується на знаннях, отриманих у процесі вивчення дисциплін «Організація туризму», «Рекреалогія», «Психологія», «Статистика».
<i>Зміст дисципліни та результати навчання</i>	
Тематичний план	<p>Тема 1. Сутність та еволюція концепції маркетингу</p> <p>Тема 2. Особливості та перспективи розвитку маркетингу в туризмі</p> <p>Тема 3. Маркетингове середовище суб'єктів туристичного ринку</p> <p>Тема 4. Маркетингове поняття туристичного ринку та його основні характеристики</p> <p>Тема 5. Споживча поведінка туристів</p> <p>Тема 6. Сегментація ринку</p> <p>Тема 7. Методичні засади маркетингових досліджень</p> <p>Тема 8. Прикладні напрями маркетингових досліджень у туризмі</p> <p>Тема 9. Маркетингова продуктова політика туристичного підприємства та дестинації</p> <p>Тема 10. Маркетингова цінова політика туристичного підприємства</p> <p>Тема 11. Маркетингова політика збуту туристичного продукту</p> <p>Тема 12. Комунікаційна політика туристичних підприємств дестинацій</p> <p>Тема 13. Маркетингове планування</p> <p>Тема 14. Організація та контроль маркетингової діяльності в туризмі</p> <p>Тема 15. Цифровий маркетинг у туризмі</p> <p>Тема 16. Івент-маркетинг у туризмі</p> <p>Тема 17. Маркетинг туристичних операторів і агентів</p> <p>Тема 18. Маркетинг туристичних дестинацій</p>
Структура навантаження студентів	6 кредитів, 56 годин лекційних занять, 56 годин практичних занять, 68 годин самостійної роботи. Підсумковий контроль – письмовий екзамен.
Поточний контроль критерії оцінювання	усне опитування, тести, індивідуальні завдання (практичні роботи, кейси, презентації), контрольна письмова робота
Основні літературні та інформаційні джерела	<ol style="list-style-type: none"> Дурович А.П. Маркетинг в туризмі: учеб. пособие / А. П. Дурович. - Минск: ИНФРА-М, 2014. – 252 с. Маркетинг в туризмі. Навч. пос./ Ю.Б. Забалдіна - К.: КНТЕУ, 2021. – 496 с.

	<p>3. Мальська М.П. Маркетинг туризму: Підручник / М.П. Мальська, Н.Л. Мандюк. – Львів: Український бестселер, 2015. – 364 с.</p> <p>4. Мунін Г.Б. Маркетинг туризму: навч.пос. У 2-х част./ Г.Б. Мунін, З.І. Тимошенко, Є.В. Самарцев, А.О. Зміюв. – К.: В-во Європ.ун-ту, 2005.</p> <p>5. Кудла Н.Є. Маркетинг туристичних послуг: нав.пос./ Н.Є. Кудла. – К.: Знання, 2011. – 351 с. Окландер М.А. Поведінка споживача: навч. посіб./ М.А. Окландер, І.О. Жарська, - К.: ЦУЛ, 2014. – 208 с.</p> <p>6. Правик Ю.М. Маркетинг туризму: підр. / Ю.М. Правик. – К.: Знання, 2008. – 303 с.</p>
Відпрацювання пропусків занять	Відпрацювання пропущених занять з поважних причин буде здійснюватися шляхом виконання індивідуальних завдань (презентації) та усного опитування.
Допуск до підсумкового контролю	Необхідними умовами допуску до підсумкового контролю є виконання всіх обов'язкових індивідуальних завдань
Академічна доброчесність	https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/bf27ad9293fa2bb6f9b2c3031d4b6e4a.pdf