

СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ



МАРКЕТИНГ У ТУРИЗМІ

спеціальність	не обмежено	обов'язковість дисципліни	обов'язкова
освітня програма	не обмежено	факультет	управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю
освітній рівень	не обмежено	кафедра	маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом

ВИКЛАДАЧ

Афанасьєва Оксана Пилипівна



Вища освіта – спеціальність Менеджмент у невиробничій сфері
Науковий ступінь – кандидат економічних наук
Вчене звання – доцент кафедри маркетингу та комерційної діяльності
Досвід роботи – 25 років

Показники професійної активності з тематики курсу:

- співавторка методичних рекомендацій
- учасниця наукових і методичних конференцій
- керівник наукових студентських робіт, публікацій і дипломних робіт за тематикою дисципліни

телефон	0976942442	електронна пошта	marketoshka@gmail.com	дистанційна підтримка	Moodle Telegram
---------	------------	------------------	-----------------------	-----------------------	--------------------

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНЮ КОМПОНЕНТУ (ДИСЦИПЛІНУ)

Мета	формування у майбутніх спеціалістів сучасної системи поглядів та спеціальних знань у галузі маркетингу, набуття практичних навичок при просуванні туристичних послуг на ринок з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпеченні ефективної діяльності туристичних підприємств.
Формат	лекції, практичні заняття, самостійна робота, індивідуальне завдання, командна робота, імітаційний проєкт
Деталізація результатів навчання і форм їх контролю	<ul style="list-style-type: none">• розуміння місця маркетингу в системі управління туристичним бізнесом, його термінологічного апарату, а також знання основних функції, характеристики, а також цілей і завдань / семінар-обговорення, практичні заняття• вміння аналізу структури маркетингового середовища туристичного підприємства, розуміння процесу та методів аналізу маркетингового середовища / практичні заняття• вміння формування маркетингової інформаційної системи на основі проведення маркетингових досліджень на туристичному ринку/практичні заняття• вміння проводити оцінку і вибір цільових ринків та позиціонування туристичних послуг / практичні заняття• розуміння сучасних особливостей комплексу маркетингу, а саме товарної і цінової політики, політики розподілу та комунікаційної політики туристичного підприємства / семінар-обговорення, практичні заняття• розуміння сутності організації маркетингу на туристичному підприємстві, стратегічного планування та способів організаційної побудови маркетингової служби/ семінар-обговорення
Обсяг і форми контролю	4 кредити ECTS (120 годин): 30 годин лекції, 30 годин практичні; модульний контроль (3 модулі); підсумковий контроль – екзамен.
Вимоги викладача	вчасне виконання завдань, активність, командна робота, участь в дискусіях
Умови зарахування	вільне зарахування

СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ (ДИСЦИПЛІНИ)

Модуль 1. СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГУ, МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ТА МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Лекція 1.	Сутність туристичного маркетингу та його розвиток	Семінарське заняття	Обговорення проблемних питань туристичного бізнесу в Україні у вигляді дискусії. Роль маркетингу в розвитку туристичного бізнесу.	Самостійна робота	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу. Виконання розділів індивідуальної самостійної роботи за обраною темою.
Лекція 2.	Маркетингове середовище туристичного підприємства	Практичне заняття 1 (ПЗ 1)	Сутність і структура маркетингового середовища туристичного підприємства.		
Лекція 3.	Ринок туристичних послуг	Семінарське заняття ПЗ 2	Обговорення проблемних питань у вигляді дискусії за темами рефератів. Попит і пропозиція на туристичному ринку. Розв'язання задач.		
Лекція 4.	Система маркетингових досліджень в туризмі	ПЗ 3	Розробка анкети для проведення опитування населення щодо споживчих переваг на ринку туристичних послуг		
Лекція 5.	Сегментація ринку туристичних послуг	ПЗ 4	Створення портретів цільових аудиторій туристичного підприємства		

Модуль 2. КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Лекція 6.	Товарна політика підприємства туристичної індустрії	Кейс для дискусії	Обговорення прикладів асортименту послуг вітчизняних і закордонних туристичних підприємств	Самостійна робота	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу. Огляд сайтів та сторінок в соціальних мережах туристичних підприємств, порівняльний аналіз асортименту послуг, цінової політики та рекламної активності.
Лекція 7.	Цінова політика туристичних підприємств	ПЗ 5	Методи ціноутворення в туризмі. Розв'язання задач.		
Лекція 8.	Маркетингова збутова політика туристичних підприємств	Семінарське заняття	Методи збуту туристичного продукту різними типами підприємств		
Лекція 9.	Просування в туризмі	ПЗ 6	Створення рекламних креативів та текстів для пропозиції туристичних послуг		
Лекція 10.	Інтернет маркетинг в туризмі	ПЗ 7	Аналіз SMM активності туристичної фірми		

Модуль 3. УПРАВЛІННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

Лекція 11.	Управління маркетинговою діяльністю підприємства туристичного	Семінарське заняття	Сутність процесу управління маркетинговою діяльністю підприємства. Організація маркетингу на туристичному підприємстві. Способи організаційної побудови	Самостійна робота	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу.
------------	---	---------------------	---	-------------------	--

Лекція 12.

Стратегічне маркетингове планування на підприємстві туристичної індустрії

Семінарське заняття

маркетингової служби. Контроль маркетингової діяльності.

Стратегічне маркетингове планування. Поняття бізнес- портфеля, його аналіз та розробка стратегій зростання. Роль маркетингу в стратегічному плануванні туристичного підприємства. План маркетингу, його структура.

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА ТА МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

Література

1. Смирнов І.Г., Любіцева О.О. Маркетинг сталого туризму : навч. посіб. Київ: Видавництво Ліра-К, 2019. 256 с.
2. Летуновська Н. Є. Маркетинг у туризмі : підручник. Суми: Сумський державний університет, 2020. 270 с.
3. Цвілій С.М. Маркетинг в туризмі : Навчальний посібник. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. 260 с

Методичне забезпечення

1. Афанасьєва О.П. Методичні вказівки для підготовки до семінарських та виконання практичних завдань з дисципліни «Маркетинг у туризмі» для здобувачів спеціальності 242 Туризм, 2023. –Електронне видання.
2. Афанасьєва О.П. Методичні вказівки для підготовки індивідуальної самостійної роботи «Моя туристична фірма» для здобувачів спеціальності 242 Туризм, 2023. –Електронне видання
3. Афанасьєва О.П. Методичні вказівки для самостійного вивчення дисципліни «SMM (маркетинг у соціальних мережах)» для здобувачів усіх спеціальностей, 2022. –Електронне видання

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ (електронне посилання на положення)

СИСТЕМА		БАЛИ	ДІЯЛЬНІСТЬ, ЩО ОЦІНЮЄТЬСЯ
Підсумкове оцінювання	100 бальна ECTS (стандартна)	до 40	екзамен
		до 50	100% від усередненої оцінки за модулі
		до 10	індивідуальна робота
Модульне оцінювання	50 бальна сумарна	до 20	усне опитування на семінарських заняттях
		до 20	виконання практичної роботи
		до 10	захист реферату з теми самостійної роботи
Індивідуальна робота	10 бальна	до 10	захист індивідуальної роботи

НОРМИ АКАДЕМІЧНОЇ ЕТИКИ ТА ДОБРОЧЕСНОСТІ

Всі учасники освітнього процесу (в тому числі здобувачі освіти) повинні дотримуватися кодексу академічної доброчесності та вимог, які прописані у положенні «Про академічну доброчесність учасників освітнього процесу ДБТУ»: виявляти дисциплінованість, вихованість, поважати гідність один одного, проявляти доброзичливість, чесність, відповідальність.