



Донецький державний
університет управління

НАЗВА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Маркетинг в туризмі

КАФЕДРА

туризму

РОЗРОБНИК

Ляшко Ірина Ігорівна

к.н.держ.упр., доцент

Liashko.i@inbox.dsum.edu.ua

ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

3

кредити ЄКТС
(90 годин)

36

годин контактна робота з викладачем
(12 годин лекцій;
24 годин семінарських занять)

54

години - самостійна робота

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

перший

бакалавр

МОВА ВИКЛАДАННЯ

українська

ФОРМА КОНТРОЛЮ

екзамен

СТАТУС ДИСЦИПЛІНИ

- нормативна для спеціальності 242 «Туризм»

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

вивчення дисциплін «Менеджмент», «Економіка підприємства», «Соціологія туризму»

МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

формування системи теоретичних знань та практичних навичок з організації, планування, реалізації і контролю маркетингової діяльності туристичного підприємства

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Модуль 1. Теоретичні основи маркетингу в туристській індустрії та інструменти маркетингових досліджень

- Тема 1.** Зміст, завдання та цілі маркетингу туризму
- Тема 2.** Основи маркетингу туристичного продукту
- Тема 3.** Поняття маркетингового дослідження
- Тема 4.** Принципи проведення маркетингових досліджень
- Тема 5.** Маркетингова інформаційна система туристичного підприємства

Модуль 2. Маркетинговий комплекс підприємств індустрії туризму

- Тема 6.** Маркетингові дослідження конкурентного середовища
- Тема 7.** Дослідження поведінки споживача в туризмі
- Тема 8.** Сегментація ринку в туризмі
- Тема 9.** Диференціювання та позиціонування тур продукту на туристичному ринку
- Тема 10.** Маркетингова збутова стратегія туристичних підприємств

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

- знати і розуміти основні форми і види туризму, їх поділ;
- пояснювати особливості організації рекреаційно-туристичного простору ;
- розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт;
- проявляти повагу до індивідуального і культурного різноманіття.



МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ НАВЧАННЯ

- традиційні та проблемні лекції;
- семінарські заняття;
- колективного групового навчання, технологій ситуативного моделювання, технологій опрацювання дискусійних питань, в т.ч. індивідуального.

РЕГЛАМЕНТ ОЦІНЮВАННЯ

Шкала оцінювання з навчальної дисципліни: 100 балів.

Розподіл рейтингових балів за видами навчальної роботи:

- Виконання завдань на практичних заняттях – ~ 25 балів.
- Виконання поточних контрольних робіт – ~ 15 балів.
- Складання кожного письмового модульного контролю – всього 30 балів.
- Виконання творчого завдання (реферати) – ~ 20 балів.
- Виконання індивідуального завдання - 10 балів
- Екзамен – ~ 100 балів.

Загальна підсумкова оцінка з дисципліни – середньоарифметичне балів поточної успішності та балів за екзамен

Умови ліквідації заборгованостей з поточної роботи:

перескладання підсумкового модульного контролю студентами, які отримали рейтинговий бал за модульний цикл, що відповідає незадовільній оцінці, проводиться не пізніше двох тижнів після атестаційного. Позитивні оцінки з модульного циклу в цілому та його складових не підвищуються.

За рішенням викладача або кафедри нараховуються заохочувальні бали за наступні види робіт:

- за систематичну продуктивну активність під час проведення аудиторних занять;
- за виконання завдань підвищеної складності (конкретне значення визначає викладач);
- за участь у конференціях, олімпіадах, іншій науковій, методичній роботі тощо.

Підсумкове семестрове оцінювання навчальної роботи студента:

Шкала оцінювання ЕКТС	Визначення	Національна шкала оцінювання	Рейтингова бальна шкала оцінювання
A	Відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	Зараховано	$90 \leq RD \leq 100$
B	Вище середнього рівня з кількома помилками	Зараховано	$82 \leq RD < 89$
C	Загалом правильна робота з певною кількістю помилок		$74 \leq RD < 81$
D	Непогано, але зі значною кількістю недоліків	Зараховано	$64 \leq RD < 73$
E	Виконання задовольняє мінімальні критерії		$60 \leq RD < 63$
FX	Можливе повторне складання	Не зараховано	$35 \leq RD < 59$
F	Необхідний повторний курс з навчальної дисципліни		$RD < 34$



Донецький державний університет управління

ІНФОРМАЦІЙНЕ ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Основна література:

1. Король О.Д. Організація екскурсійних послуг і туризмі: навчально-методичний посібник. Чернівці: ЧНУ, 2016. 144 с.
2. Мальська М.П., Мандюк Н.Л. Основи маркетингу у туризмі: підручник. Київ: ЦУЛ, 2016. 336 с.
3. Мельникова О.О.. Маркетинг в туризмі: навчально-методичний посібник. Старобільськ: Вид-во ДК «ЛНУ ім.. Т. Шевченка», 2015. 152 с.
4. Сакун Л.В., Разуванов В.М. Маркетинг в туризме: учебно-методич. пособие. Минск: РИПО, 2014. 268 с.

Англомовні видання:

1. Philip Kotler. Marketing for Hospitality and Tourism (7th Edition). 2016. 688 p.
2. Kotler Ph., Keller K.L. Marketing Management, Global Edition: Pearson, 2015. 832 p.
3. Bonita Kolb Tourism Marketing for Cities and Towns Paperback (2nd Edit). 2017. 262 p.
4. Strategic Marketing in Tourism Services. Rodoula H. Tsiotsou, Ronald E. Goldsmith, Emerald Group Publishing. 2012. 434 p.

Інтернет джерела

1. Бібліотека інтелектуальної системи прогнозування: фінанси, валюта, маркетинг, менеджмент, цінні папери, біржі: веб-сайт: URL: <http://www.i2.com.ua>
2. Маркетинг для ефективного просування на ринку товарів і організацій (обрій маркетинг): веб-сайт. URL: <http://www.obriy-marketing.kiev.ua>
3. World Tourism Organization: веб-сайт URL : <https://www.unwto.org/>
4. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року : веб-сайт. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80>