



Донецький державний  
університет управління

НАЗВА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

## Маркетинг в туризмі

КАФЕДРА

### туризму

РОЗРОБНИК

## Драгомірова Євгенія Сергіївна

к.е.н., доцент

[ievgeniia.dragomirova@gmail.com](mailto:ievgeniia.dragomirova@gmail.com)

ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**5**

кредити ЄКТС  
(120 годин)

**42**

годин контактна робота з викладачем  
(14 годин лекцій;  
28 годин семінарських занять)

**108**

години - самостійна робота

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

**перший**

бакалавр

МОВА ВИКЛАДАННЯ

**українська**

ФОРМА КОНТРОЛЮ

**залік**

СТАТУС ДИСЦИПЛІНИ

- нормативна для спеціальності 242 «Туризм»
- вибіркова для всіх здобувачів вищої освіти

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

немає

МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

формування сучасної системи поглядів і набуття практичних навичок щодо просування турпродукту на ринку з урахуванням задоволення потреб споживачів і забезпечення ефективності діяльності підприємства туриндустрії

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### Модуль 1. Основи маркетингу в туризмі

- Тема 1. Суть і зміст маркетингу в туризмі
- Тема 2. План маркетингу
- Тема 3. Управління маркетингом

### Модуль 2. Технології маркетингу в туризмі

- Тема 4. Маркетингові дослідження
- Тема 5. Сегментація ринку

### Модуль 3. Маркетинговий комплекс підприємств індустрії туризму

- Тема 6. Внутрішній маркетинг
- Тема 7. Реклама, зв'язки з громадськістю та гласність

### Модуль 4. Маркетингова діяльність підприємств туристичної індустрії

- Тема 8. Маркетинг ділового туризму
- Тема 9. Маркетинг ресторанного господарства
- Тема 10. Маркетингова продуктова політика в туризмі

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

- система знань з комплексу маркетингового забезпечення діяльності підприємств сфери гостинності;
- вміння проводити комплексне маркетингове дослідження ринку туристичних послуг за допомогою сучасних інструментів та методів;
- вміння сегментувати споживачів туристського продукту та виявляти потреби в туристських послугах певного рівня, класу, дестинації тощо.



- навички відстежування та передбачення трендів змін споживацького ринку та зовнішніх стейкхолдерів;

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 – ~ 15 балів.
- Виконання поточних контрольних робіт – ~ 15 балів
- Складання кожного письмового модульного контролю – всього 40 балів;
- Виконання творчо-пошукового завдання – ~ 15 балів
- Виконання завдань ділової гри – ~ 15 балів

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



Донецький державний  
університет управління

ІНФОРМАЦІЙНЕ ТА НАВЧАЛЬНО- МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

**Основна  
література:**

1. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник для вузов. - Боуэн Дж., Мейкенз Дж. - 2007. - 1063 с.
2. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні Навчальний посібник. - Чернівці: Книги-XXI, 2003. - 300 с.
3. Мальська М. П. Основи маркетингу у туризмі. – 2016. – 364 с.
4. Алексеева Ю. Роскошный сервис в туризме. Настольная книга менеджера по работе с VIP клиентами. – 2013. – 152 с.

**Англомовні  
видання:**

1. Philip Kotler. Marketing for Hospitality and Tourism (7th Edition). – 2016. – 688 p.
2. Strategic Marketing in Tourism Services. Rodoula H. Tsiotsou, Ronald E. Goldsmith, Emerald Group Publishing. – 2012. – 434 p.
3. Marketing Leadership in Hospitality and Tourism: Strategies and Tactics for Competitive Advantage. Y Stowe Shoemaker, Robert C. Lewis, Peter C. Yesawich – 2006. – 688 p.
4. Bonita Kolb Tourism Marketing for Cities and Towns Paperback (2nd Edit). – 2017. – 262 p

**Інтернет джерела**

1. World Tourism Organization. – URL : <https://www.unwto.org/>
2. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року . – URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80>