

**Київський національний торговельно-економічний університет
Харківський торговельно-економічний інститут КНТЕУ**

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Маркетинг в туризмі

(повна назва навчальної дисципліни)

для підготовки
студентів ступеня
вищої освіти

бакалавр
(бакалавр чи магістр)

року набору

2018

галузі знань

24 Сфера обслуговування
шифр і назва галузі знань

спеціальності

242 Туризм
шифр і найменування спеціальності

освітня програма

Туризм
назва освітньої програми / спеціалізації

академічні групи

ТР-18, ЗТР-18
шифри академічних груп

статус дисципліни

обов'язкова
обов'язкова чи вибіркова

Харків, 2021 рік

Розробник:

Кононов Олександр Іванович,
старший викладач кафедри маркетингу,
менеджменту та торговельного підприємництва

прізвище, ім'я, по батькові повністю, посада повністю, науковий ступінь, вчене звання повністю

Гарант освітньої програми

Яковчук Олександр Володимирович,
доцент кафедри туристичного та готельного
бізнесу, кандидат географічних наук, доцент

прізвище, ім'я, по батькові повністю, посада повністю, науковий ступінь, вчене звання повністю

Програму обговорено та схвалено на засіданні кафедри
маркетингу, менеджменту та торговельного підприємництва

назва кафедри

Програму розглянуто та затверджено на засіданні методичної комісії інституту,
протокол від 17.05.2021 р. № 7.

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетинг в туризмі» розроблена відповідно до освітньо-професійної програми «Туризм» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 242 «Туризм» спеціалізації «Туризм» галузі знань 07 «Сфера обслуговування».

Метою викладання навчальної дисципліни є формування загальних та фахових компетентостей з теорії, методології маркетингу, вироблення вмінь і навичок здійснення економічних розрахунків та прийняття рішень на підприємстві на основі маркетингу для задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємства.

Предметом вивчення дисципліни є процеси і методи задоволення потреб споживачів як пріоритетних суб'єктів ринку.

Міждисциплінарні зв'язки вивчення навчальної дисципліни ґрунтується на знаннях навчальних дисциплін «Економіка туризму», «Організація туризму» та є основою для подальшого засвоєння професійних навчальних дисциплін, таких як «Креативний туризм».

Мова викладання – українська.

2. ЗАПЛАНОВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Навчальна дисципліна забезпечує набуття студентами:

загальних компетентностей:

ЗК 1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК 2. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо, зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК 3. Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу.

ЗК 5. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 7. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.

ЗК 8. Вміння виявляти, ставити і вирішувати проблеми.

ЗК 9. Здатність спілкуватися державною та іноземною мовою як усно, так і письмово.

ЗК 10. Навички міжособистісної взаємодії.

ЗК 11. Здатність планувати та управляти часом.

ЗК 12. Здатність працювати в команді та автономно;

фахових компетентностей:

ФК 1. Знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності.

ФК 2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ФК 3. Здатність аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал територій.

ФК 7. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту.

ФК 8. Розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем.

ФК 10. Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал.

ФК 11. Здатність використовувати в роботі туристичних підприємств інформаційні технології та офісну техніку.

ФК 13. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації.

ФК 14. Здатність працювати у міжнародному середовищі на основі позитивного ставлення до несхожості до інших культур, поваги до різноманітності та мультикультурності, розуміння місцевих і професійних традицій інших країн, розпізнавання міжкультурних проблем у професійній практиці;

програмних результатів навчання:

ПРН 1. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів.

ПРН 2. 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.

ПРН 3. Знати і розуміти основні форми і види туризму, їх поділ.

ПРН 4. Пояснювати особливості організації рекреаційно-туристичного простору.

ПРН 7. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт.

ПРН 8. Ідентифікувати туристичну документацію та вміти правильно нею користуватися.

ПРН 14. Проявляти повагу до індивідуального і культурного різноманіття.

ПРН 15. Проявляти толерантність до альтернативних принципів та методів виконання професійних завдань.

ПРН 16. Діяти у відповідності з принципами соціальної відповідальності та громадянської свідомості.

ПРН 17. Управляти своїм навчанням з метою самореалізації в професійній туристичній сфері.

ПРН 18. Адекватно оцінювати свої знання і застосовувати їх в різних професійних ситуаціях.

ПРН 19. Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань.

ПРН 20. Виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання.

3. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Введення в маркетинг туризму

Історичні передумови виникнення та розвитку маркетингу. Поняття маркетингу. Історичні передумови виникнення маркетингу. Основні сучасні та класичні визначення маркетингу. Етапи розвитку маркетингу. Сутність і зміст маркетингу в туризмі. Рівні і координація маркетингу в туризмі. Маркетинг туризму на національному рівні. Технологія реалізації концепції маркетингу на туристському підприємстві.

Тема 2. Система маркетингових досліджень в туризмі

Система маркетингової інформації. Сутність і завдання маркетингових досліджень. Методи збору маркетингової інформації. Правила і процедури маркетингових досліджень. Дослідження середовища маркетингу туристичного підприємства. Маркетингові дослідження конкурентів.

Тема 3. Споживачі туристичних послуг

Фактори, що впливають на споживачів туристичних послуг. Характеристика процесу прийняття рішення про придбання туристичних послуг. Оцінка ступеня задоволеності / незадоволеності споживачів.

Тема 4. Ринок туристичних послуг

Структура туристичного ринку. Оцінка кон'юнктури і ємності туристичного ринку. Сегментація як засіб вибору найбільш перспективного цільового ринку. Сегментація цільового ринку по декількох ознаках. Вибір цільового ринку.

Тема 5. Маркетингова продуктова стратегія туристичного підприємства

Структура туристичного продукту. Позичіонування туристичного продукту. Життєвий цикл туристичного продукту. Основні етапи розробки та впровадження туристичного продукту-новинки на ринок.

Тема 6. Ціна і ціноутворення в туризмі

Ціна в комплексі маркетингу туристичного підприємства. Зовнішні фактори ціноутворення. Постановка цілей ціноутворення. Вибір методів ціноутворення. Визначення та реалізація цінової стратегії.

Тема 7. Маркетингова збутова стратегія туристичного підприємства

Формування збутової стратегії. Канали збуту туристичного продукту. Вибір посередників і визначення прийнятної форми роботи з ними.

Тема 8. Маркетингові комунікації в туризмі

Система маркетингових комунікацій туристичного підприємства. Особистий продаж. Стимулювання збуту. Основні напрямки роботи з громадськістю. Реклама в туризмі. Процес участі туристичного підприємства в роботі виставки. Фірмовий стиль туристичного підприємства.

Тема 9. Формування маркетингової стратегії

Поняття стратегії та тактики маркетингу. Стратегічне планування маркетингової діяльності. Програма маркетингу туристичного підприємства.

Тема 10. Організація і контроль маркетингу туристичного підприємства

Організація маркетингу на туристському підприємстві. Система маркетингового контролю. Ефективність маркетингу в туризмі.

4.2. Структура навчальної дисципліни за формами навчання

Тема дисципліни	Обсяг у годинах																				
	денна форма										заочна форма										
	повна					скорочена					повна					скорочена					
	усього	у тому числі				усього	у тому числі				усього	у тому числі				усього	у тому числі				
Л		СЗ	ПЗ	ЛЗ	СРС		Л	СЗ	ПЗ	ЛЗ		СРС	Л	СЗ	ПЗ		ЛЗ	СРС	Л	СЗ	ПЗ
Тема 1. Введення в маркетинг туризму	12	2		2		8															
Тема 2. Система маркетингових досліджень в туризмі	12	2		2		8															
Тема 3. Споживачі туристичних послуг	12	2		2		8															
Тема 4. Ринок туристичних послуг	42	6		6		30															
Тема 5. Маркетингова продуктова стратегія туристичного підприємства	12	2		2		8															
Тема 6. Ціна і ціноутворення в туризмі	12	2		2		8															
Тема 7. Маркетингова збутова стратегія туристичного підприємства	12	2		2		8															
Тема 8. Маркетингові комунікації в туризмі	42	6		6		30															
Тема 9. Формування маркетингової стратегії	12	2		2		8															
Тема 10. Організація і контроль маркетингу туристичного підприємства	12	2		2		8															
Усього годин / кредитів ECTS	180/6	28		28		124															

Навчальні матеріали з освітнього компоненту доступні на Порталі навчальних ресурсів та інформаційної підтримки освітнього процесу інституту: <http://beta-edu.htei.kh.ua/moodle/course/view.php?id=412>

5. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Тема 1. Введення в маркетинг туризму

Передбачено опрацювання питань, які подано нижче і завдань (п. 1.1), які наведено у практикумі [4].

1. Технологія реалізації концепції маркетингу на туристичному підприємстві.

Тема 2. Система маркетингових досліджень в туризмі

Передбачено опрацювання питань, які подано нижче, і завдань (п. 2.1), які наведено у практикумі [4].

1. Виконання практичного завдання «Розробка анкети для проведення маркетингових досліджень».

2. Виконання практичного завдання «Дослідження маркетингового середовища».

Тема 3. Споживачі туристичних послуг

Передбачено опрацювання питань, які подано нижче, і завдань (п. 3.1), які наведено у практикумі [4].

1. Оцінка ступеня задоволеності / незадоволеності споживачів.

2. Виконання практичного завдання «Процес прийняття рішення про придбання туристичних послуг».

Тема 4. Ринок туристичних послуг

Передбачено опрацювання питань, які подано нижче, і завдань (п. 4.1), які наведено у практикумі [4].

1. Вибір цільового ринку.

2. Виконання практичного завдання «Визначення ємності ринку».

Тема 5. Маркетингова продуктова стратегія туристичного підприємства

Передбачено опрацювання питань, які подано нижче, і завдань (п. 5.1), які наведено у практикумі [4].

1. Життєвий цикл туристичного продукту.

2. Виконання практичного завдання «Розробка туристичного продукту-новинки на ринок».

Тема 6. Ціна і ціноутворення в туризмі

Передбачено опрацювання питань, які подано нижче, і завдань (п. 6.1), які наведено у практикумі [4].

1. Визначення та реалізація цінової стратегії.

2. Виконання практичного завдання «Розробка цінової стратегії».

Тема 7. Маркетингова збутова стратегія туристичного підприємства

Передбачено опрацювання питань, які подано нижче, і завдань (п. 7.1), які наведено у практикумі [4].

1. Канали збуту туристичного продукту.

2. Виконання практичного завдання «Вибір каналу збуту туристського продукту».

Тема 8. Маркетингові комунікації в туризмі

Передбачено опрацювання питань, які подано нижче, і завдань (п. 8.1), які наведено у практикумі [4].

1. Процес участі туристичного підприємства в роботі виставки.
2. Виконання практичного завдання «Розробка рекламної стратегії туристського підприємства».

Тема 9. Формування маркетингової стратегії

Передбачено опрацювання питань, які подано нижче, і завдань (п. 9.1), які наведено у практикумі [4].

1. Стратегічне планування маркетингової діяльності.

Тема 10. Організація і контроль маркетингу туристичного підприємства

Передбачено опрацювання питань, які подано нижче, і завдань (п. 10.1), які наведено у практикумі [4].

1. Організація маркетингу на туристському підприємстві.
2. Виконання практичного завдання «Розробка основних етапів контролю маркетингу на підприємстві».

Зміст, порядок виконання та критерії оцінювання самостійної роботи студентів наведено на Порталі навчальних ресурсів та інформаційної підтримки освітнього процесу інституту: <https://edu.htei.kh.ua/course/view.php?id=943>

Організація самостійної роботи студентів регламентується наступними нормативними документами:

- Положенням про самостійну роботу студентів Харківського торговельно-економічного-інституту КНТЕУ;
- Положенням про організацію освітнього процесу у Харківському торговельно-економічному інституті КНТЕУ.

6. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ, ПЕРЕДБАЧЕНІ НАВЧАЛЬНИМ ПЛАНОМ

Не передбачено навчальним планом.

7. ФОРМИ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Для визначення рівня засвоювання студентами навчального матеріалу використовуються наступні форми оцінювання та схема розподілу балів:

Осінь 2021/2022 н. р.

№	Рейтингові оцінки	Макс. бали за формами навчання	
		денна	заочна
1	Поточний контроль	60	60
1.1	<i>Тема 1</i>		
	Опрацювання лекційного матеріалу	2	2
	Виконання практичного завдання	2	2
	Тестування на Порталі	2	2
1.2	<i>Тема 2</i>		
	Опрацювання лекційного матеріалу	2	2
	Виконання практичного завдання	2	2
	Тестування на Порталі	2	2
1.3	<i>Тема 3</i>		
	Опрацювання лекційного матеріалу	2	2
	Виконання практичного завдання	2	2
	Тестування на Порталі	2	2
1.4	<i>Тема 4</i>		
	Опрацювання лекційного матеріалу	2	2
	Виконання практичного завдання	2	2
	Тестування на Порталі	2	2
1.5	<i>Тема 5</i>		
	Опрацювання лекційного матеріалу	2	2
	Виконання практичного завдання	2	2
	Тестування на Порталі	2	2
1.6	<i>Тема 6</i>		
	Опрацювання лекційного матеріалу	2	2
	Виконання практичного завдання	2	2
	Тестування на Порталі	2	2
1.7	<i>Тема 7</i>		
	Опрацювання лекційного матеріалу	2	2
	Виконання практичного завдання	2	2
	Тестування на Порталі	2	2
1.8	<i>Тема 8</i>		
	Опрацювання лекційного матеріалу	2	2
	Виконання практичного завдання	2	2
	Тестування на Порталі	2	2
1.9	<i>Тема 9</i>		
	Опрацювання лекційного матеріалу	2	2
	Виконання практичного завдання	2	2
	Тестування на Порталі	2	2
1.10	<i>Тема 10</i>		
	Опрацювання лекційного матеріалу	2	2
	Виконання практичного завдання	2	2
	Тестування на Порталі	2	2
2	Підсумковий семестровий контроль (письмова екзаменаційна робота)	40	40

№	Рейтингові оцінки	Макс. бали за формами навчання	
		денна	заочна
2.1	Завдання на оцінювання теоретичних знань (комп'ютерне тестування)	20	20
2.2	Завдання на оцінювання практичних навичок (розрахунково-аналітичне)	10	10
2.3	Завдання на оцінювання професійних вмінь (розрахунково-аналітичне або ситуаційне)	10	10
3	Оцінка з дисципліни	100	100

Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється за 100-бальною шкалою та шкалою ЄКТС. Умовою допуску до підсумкового семестрового контролю є виконання програми навчальної дисципліни і отримання оцінки за виконання завдань поточного контролю не менше ніж 36 балів. Мінімальна загальна кількість балів для отримання позитивної оцінки з дисципліни – 60.

Організація та проведення контрольних заходів регламентується наступними нормативними документами:

- Положенням про оцінювання результатів навчання студентів у Харківському торговельно-економічному інституті КНТЕУ;
- Положенням про організацію освітнього процесу у Харківському торговельно-економічному інституті КНТЕУ.

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

10.1. Основні джерела інформації

1. Попова Н. В. Маркетинг : підручник / Н. В. Попова – Харків : В справі, 2016. – 300 с.
2. Маркетинг : підручник / А. Ф. Павленко, І. Л. Решетнікова, А. В. Войчак та ін.; за наук. ред. д-ра наук, проф., акад АПН України А. Ф. Павленка ; кер. авт. кол. д-р екон. наук, проф. І. Л. Решетнікова. – Київ : КНЕУ, 2018. – 600 с.
3. Попова Н. В. Маркетинг : навчально- методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни для студентів вищих навчальних закладів, які навчаються за напрямом підготовки 6.030504 «Економіка підприємства» галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво» / Н. В. Попова – Харків : ХТЕІ КНТЕУ, 2015. – 100 с.
4. Маркетинг в туризме : методические рекомендации / Т. М. Гращенкова, О. Н. Дробышевская. – Витебск : ВГУ имени П. М. Машерова, 2012. – 48 с.

10.2. Додаткові джерела інформації

5. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я. 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Ф. Котлер. – Москва : Альпина Паблишер, 2018. – 211 с.

6. Котлер Ф. Основы маркетинга / Филип Котлер, Гари Армстронг, Вероника Вонг, Джон Сондерс ; 5-е европ. изд. – Москва : Вильямс, 2017. – 752 с.

7. Оксанич А. П. Інформаційні системи і технології маркетингу : навчальний посібник / А. П. Оксанич, В. Р. Петренко, О. П. Костенко. – Київ : Професіонал, 2014. – 336 с.

8. Єжова Л. Ф. Інформаційний маркетинг : навчальний посібник / Л. Ф. Єжова. – Київ : КНЕУ, 2012. – 330 с.

9. Левитас А. Экспресс-маркетинг. Быстро, конкретно, прибыльно / Александр Левитас. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 224 с.

10. Портал о маркетинге и рекламе [Електроний ресурс] : [портал]. – Режим доступу: <http://reklamist.com.ua>. – Станом на 01.05.2021. – Назва з екрана.

11. Портал о рекламе и маркетинге в Украине [Електроний ресурс] : [портал]. – Режим доступу: <http://www.reklamaster.com>. – Станом на 01.05.2021. – Назва з екрана.