

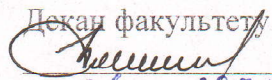
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки та менеджменту

Кафедра менеджменту та маркетингу

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Декан факультету

 Олександр ОПАЛОВ

“ 31 ” світос 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«МАРКЕТИНГ ТУРИЗМУ»

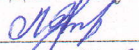
галузь знань	24 «Сфера обслуговування»
спеціальність	242 «Туризм і рекреація»
освітній ступінь	перший (бакалаврський)
освітня програма	«Туризм»
вид дисципліни	обов'язкова
мова навчання	українська

Розробник: Ольга БУДНІК., к.е.н., доцент кафедри менеджменту та маркетингу

УХВАЛЕНО

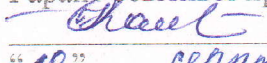
Завідувач кафедри

менеджменту та маркетингу

 Людмила ТАРАСОВИЧ
протокол № 2 від "29" серпня 2023 р.

ПОГОДЖЕНО

Гарант освітньої програми "Туризм"

 Наталія. ВАЛІНКЕВИЧ
"29" серпня 2023 р.

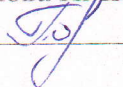
ЗАТВЕРДЖЕНО

Навчально-методичною комісією

факультету економіки та менеджменту

протокол № 1 від "30" 08 2023 р.

Голова НМК факультету

 Оксана ПРОКОПЧУК

1. Мета навчальної дисципліни

Метою вивчення дисципліни є сформувати у студентів основи розуміння туристичного процесу, багатогранність його проявів, формування знань зі специфіки маркетингової діяльності в туристичній сфері, особливостей розробки та запровадження комплексу маркетингу в туризмі, вмінь, знань й навичок роботи фахівця туристичної галузі в конкурентних ринкових умовах.

Завдання дисципліни студент повинен володіти основними маркетинговими поняттями; вміти застосовувати їх в практичній діяльності туристичних підприємств; розуміти маркетингу термінологію туристичного бізнесу; застосовувати маркетингові прийоми та методи; розуміти особливості просування туристичних послуг на міжнародному рівні; специфіку туристичної інфраструктури; вміти розробити стратегію туристичної фірми та сформувані її імідж для забезпечення туристичної привабливості.

2. Обсяг навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма	заочна форма
Кількість кредитів – 4,0	Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»	обов'язкова	
Модулів – 2	Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2		3-й	3-й
Індивідуальне завдання не передбачене		Семестр	
Загальна кількість годин – 120		5-й	5-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 5 самостійна робота студента – 8	Освітній ступінь: бакалавр	Лекції	
		22 год.	4 год.
		Практичні	
		26 год.	8 год.
		Лабораторні	
		-	-
		Самостійна робота	
		72 год.	108 год.
		Індивідуальні завдання:	
Вид контролю:			
	екзамен		

Передумови для вивчення дисципліни

Попередні вимоги до опанування або вибору навчальної дисципліни:

студент повинен **знати**:

основні поняття туризмознавства, економічної теорії, менеджменту туризму й права;

основи маркетингу в туризмі;

застосування комплексу маркетингу в туристичній сфері;

студент повинен **вміти**:

працювати з науковою-методичною літературою; використовувати основні прийоми роботи на персональному комп'ютері;

працювати з програмами Microsoft Word та Microsoft Excel;

4. Очікувані результати навчання з дисципліни

Шифр	Результат навчання
PH 03	Знати і розуміти основні форми і види туризму, їх поділ.
PH 07	Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт.
PH 09	Організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.

5. Співвідношення результатів навчання дисципліни із компетентностями

Компетентності	PH 03	PH 07	PH 09
ЗК 06	+		+
ЗК 08		+	+
СК 07	+	+	
СК 08	+		+

Компетентності, що забезпечує дисципліна:

ЗК06. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК08. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.

СК07. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту.

СК08. Розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем.

6. Критерії оцінювання результатів навчання

Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид заняття	Максимальна кількість балів за одиницю	Кількість одиниць, год.	Максимальна кількість балів
Лекції	0,25	22	5,5
Практичні заняття	1,25	26	32,5
Самостійна робота	0,14	72	10
Модульна контрольна робота*	12	1	12
Індивідуальні завдання	-	-	-
Разом:		-	60

* На модульні контрольні роботи передбачити кількість балів, яка складає не менше 20% від максимальної кількості балів, які студент може отримати під час поточного контролю за накопичувальною системою. Максимальна кількість балів становить 60. Мінімальна кількість балів, набраних студентом, складає 60% від максимальної кількості балів, отриманих під час вивчення дисципліни – 36 балів.

Порогові рівні оцінок за результатами навчання

Шифр результату навчання	Вид заняття	Мінімальна кількість балів (репродуктивний рівень)**	Максимальна кількість балів (творчий рівень)
		36	60
PH 03, PH 09	ТЕМА 1; 4-8;	14,5	24
PH 07, PH 09	ТЕМА 2-3, 9-11	14,5	24
PH 03, PH 07, PH 09	МКР (ЛК 1-11; ЦЗ 1-11; СР 1-11)	7	12
	Разом:	36	60

** Мінімальний пороговий рівень оцінки визначається тим, що студент має певні знання, передбачені робочою програмою навчальної дисципліни, володіє основними положеннями,

що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, студент розуміє правила вирішення практичних завдань дисципліни.

7. Засоби діагностики результатів навчання та форми поточного й підсумкового контролю

Підсумковий контроль результатів навчання та компетентностей студентів з навчальної дисципліни здійснюється на підставі проведення семестрового екзамену. Екзаменаційні завдання охоплюють програму навчальної дисципліни. Завданням екзамену є перевірка розуміння студентом програмного матеріалу в цілому, логіки та взаємозв'язків між окремими розділами, здатності використання для вирішення практичних задач тощо. Екзаменаційні завдання мають теоретичне та практичне спрямування та передбачають вирішення типових професійних завдань фахівця на робочому місці й дозволяють діагностувати рівень підготовки студента і рівень його компетентності з навчальної дисципліни. Студент не може бути допущений до складання екзамену, якщо кількість балів, одержаних за результатами перевірки успішності під час поточного та модульного контролю відповідно до змістового модуля впродовж семестру, в сумі не досягла 36 балів. Студента слід вважати атестованим, якщо сума балів, одержаних за результатами підсумкової перевірки успішності, дорівнює 60.

Мінімально можлива кількість балів, отриманих студентом у випадку складання екзамену, дорівнює 24. Максимальна можлива кількість балів, отриманих на екзамені – 40. Підсумкові бали за екзамен складаються із суми балів за відповіді на екзаменаційні питання, що округлені до цілого числа. Підсумкова оцінка з дисципліни розраховується як сума балів, отриманих під час екзамену та балів, отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою.

8. Програма навчальної дисципліни

МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

- Т 1. Теоретичні основи маркетингу.
- Т 2. Маркетингова товарна політика
- Т 3. Маркетингове ціноутворення в туристичній сфері
- Т 4. Особливості політики розподілу в туризмі
- Т 5. Маркетингова політика комунікацій

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. МАРКЕТИНГ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

- Т 6. Детермінанти маркетингу послуг
- Т 7. Привабливість регіонів: унікальні туристичні послуги
- Т 8. Брендинг територій: країна-бренд
- Т 9. Організація туристичного бізнесу: вітчизняний досвід
- Т 10. Особливості маркетингу туристичного продукту: світовий досвід
- Т 11. Міжнародні тенденції розвитку сфери обслуговування

9. Теми лекцій

Темі	№	Назва теми	Кількість годин	
			денна форма	заочна форма
Модуль 1. Теоретико-методологічні основи маркетингової діяльності				
<i>Змістовий модуль 1. Маркетингова діяльність підприємства</i>				
Темі	1	Теоретичні основи маркетингу	2	0,4
	2	Маркетингова товарна політика	2	0,4
	3	Маркетингове ціноутворення в туристичній сфері	2	0,3
	4	Особливості політики розподілу в туризмі	2	0,3
	5	Маркетингова політика комунікацій	2	0,4
<i>Разом за ЗМ I</i>			10	1,8
<i>Змістовий модуль II. Маркетинг туристичного бізнесу</i>				
Темі	6	Детермінанти маркетингу послуг	2	0,3
	7	Привабливість регіонів: унікальні туристичні послуги	2	0,4
	8	Брендинг територій: країна-бренд.	2	0,4
	9	Організація туристичного бізнесу: вітчизняний досвід	2	0,4
	10	Особливості маркетингу туристичного продукту: світовий досвід	2	0,4
	11	Міжнародні тенденції розвитку сфери обслуговування	2	0,3
<i>Разом за ЗМ II</i>			12	2,2
<i>Разом</i>			22	4

10. Темі практичних занять

Темі	№	Назва теми	Кількість годин	
			денна форма	заочна форма
Модуль 1. Теоретико-методологічні основи маркетингової діяльності				
<i>Змістовий модуль 1. Маркетингова діяльність підприємства</i>				
Темі	1	Теоретичні основи маркетингу	2	1
	2	Маркетингова товарна політика	2	1
	3	Маркетингове ціноутворення в туристичній сфері	2	0,5
	4	Особливості політики розподілу в туризмі	2	0,5
	5	Маркетингова політика комунікацій	2	1
<i>Разом за ЗМ I</i>			10	4
<i>Змістовий модуль II. Маркетинг туристичного бізнесу</i>				
Темі	6	Детермінанти маркетингу послуг	2	0,5
	7	Привабливість регіонів: унікальні туристичні послуги	4	1
	8	Брендинг територій: країна-бренд.	2	1
	9	Організація туристичного бізнесу: вітчизняний досвід	4	0,5
	10	Особливості маркетингу туристичного продукту: світовий досвід	2	0,5
	11	Міжнародні тенденції розвитку сфери обслуговування	2	0,5
<i>Разом за ЗМ II</i>			16	4
<i>Разом</i>			26	8

11. Самостійна робота

Теми	№	Назва теми	Кількість годин	
			денна форма	заочна форма
Модуль 1. Теоретико-методологічні основи маркетингової діяльності				
<i>Змістовий модуль I. Маркетингова діяльність підприємства</i>				
Теми	1	Історичні засади маркетингу	7	10
	2	Концепції маркетингу	6	10
	3	Сучасні тенденції діджиталізації бізнесу	7	10
	4	Інфраструктура туристичного бізнесу	7	10
	5	Сервісний маркетинг	6	10
<i>Разом за ЗМ I</i>			33	50
<i>Змістовий модуль II. Маркетинг туристичного бізнесу</i>				
Теми	6	Особливості маркетингу туристичного продукту	7	10
	7	Інновацій туристичного ринку	6	10
	8	Міжнародний ринок туристичного продукту: характеристика регіональних ринків.	7	10
	9	Організація туристичного бізнесу: правові засади	6	9
	10	Стратегії розвитку туристичного маркетингу	6	9
	11	Брендинг: світовий досвід	7	10
<i>Разом за ЗМ II</i>			39	58
<i>Разом</i>			72	108

12. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення

Лекційні заняття проводяться в аудиторіях, обладнаних мультимедійними засобами, і передбачають використання презентацій. Практичні роботи проводяться у аудиторіях факультету економіки та менеджменту, з використанням наочного роздаткового матеріалу та мультимедійного забезпечення.

13. Рекомендовані джерела інформації

Основна:

1. Про туризм : Liga Zakon. Закон України від 29.04.2021 № 1441-IX. URL: <https://ps.ligazakon.net>
2. Бордун О. Ю. Формування та оптимізація геопросторової системи туристичних потоків: міжнародний, національний, регіональний та локальний рівні : монографія. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 344 с.
3. Бордун О., Шевчук В., Монастирський В, Лучка О. Втрати та напрями порятунку туристичного бізнесу України в умовах війни. *Вісник Львівського університету*. 2022. Вип. 62. С. 178–196 DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/ves.2022.62.0.6214>
4. Габчак Н.Ф., Габчак С.Є., Внутрішній туризм України: тенденції, проблеми та можливості розвитку у воєнний період. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 52. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-67>. URL: <file:///C:/Users/Admin/Downloads/2592-Текст%20статті-2502-1-10-20230807.pdf>
5. Герасимів М. Христенко Г. Особливості розвитку туризму в Україні. *Ефективна економіка*. DOI: 10.32702/2307-2105-2021.5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2021/82.pdf
6. Морохович В., Лендел М., Морохович Б. Розвиток туризму Закарпатської області як складова туристичної галузі України. 2020. DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2020-60-02>. URL: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/visnyk-econom/article/view/760>
7. Опанащук Ю. Я. Туристичний бізнес в Україні: стан та перспективи розвитку. Стратегія економічного розвитку України : зб. наук. пр. М-во освіти і науки України, ДВНЗ

«Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана ; [редкол.: О. М. Гребешкова (голов. ред.) та ін.]. Київ : КНЕУ, 2020. Вип. 46. С. 188–195.

8. Туризм в Україні: виклики та відновлення [Електронний ресурс] : зб. матеріалів Міжнародного туристичного форуму, Київський національний економічний університеті імені Вадима Гетьмана, м. Київ, 21–22 березня 2023 р. К. : КНЕУ, 2023. 337 с.

Додаткова:

9. Богдан Н. М., Рябев А.А. Готельне господарство як ін-фраструктурна складова туристичної привабливості регіонів України. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 30. С. 263-272.

10. Відновлення туристичних потоків: у 2021 до України приїхало понад 3 млн іноземців. URL: <https://mtu.gov.ua/news/33238.html>

11. ГО «Спілка сільського зеленого туризму України». URL: <https://www.greentour.com.ua/en>

12. Любарець В. В. Професійна підготовка майбутніх менеджерів соціокультурної діяльності для індустрії гостинності: теоретичні обґрунтування: монографія. Суми: Вид-во : Університетська книга, 2018. 382 с.

13. Проскура В. Ф., Максютова О.В. Актуальні проблеми розвитку туристично-рекреаційного комплексу регіону. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. 2018. Вип. 1 (9). С. 131-136.

14. Як розвивається сільський зелений туризм у Польщі та Україні? URL: <https://decentralization.gov.ua/news/9362>

Інформаційні ресурси

15. Coral Travel : офіційний сайт. URL: <http://www.coraltravel.ua/>.

16. Sweet Travel : офіційний сайт. URL: <http://sweet-travel.com.ua/>.

17. Tours.ua : офіційний сайт. URL: <https://tours.ua/>.

18. World Travel & Tourism : офіційний сайт. URL: <https://www.wttc.org/publications/2019/mobile-payments-in-travel-tourism/>.

19. World Travel Guide : офіційний сайт. URL: <https://www.worldtravelguide.net/guides/europe/ukraine/>.

20. Бібліотечно-інформаційний ресурс (книжковий фонд, періодика, фонди на електронних носіях тощо) бібліотеки Поліського національного університету : Інституційний репозитарій ПНУ. URL: <http://lib.znau.edu.ua/jirbis2/>

21. Державне агентство розвитку туризму : офіційний сайт. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>

22. Подорож Україною : веб-сайт. URL: <http://podorozh.info/index.php> 11. Украинский туристический портал Tours.ua [Електронний ресурс]. URL: <http://tours.ua/>

23. Сайт Державної служби статистики Украї-ни. Статистична інформація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/tur.htm.

24. Туристичний бренд України : веб-сайт. URL: https://web.archive.org/web/20141020124854/http://www.visitukraine.gov.ua/tourist_brand