



Силабус навчальної дисципліни «Маркетинг туризму»

Спеціальність	ІЗ Туризм та рекреація
Освітня програма	Туризм
Освітній рівень	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	Обов'язкова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	4 курс, 1 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	5 кредитів
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 30 год. Практичні (семінарські) – 30 год. Самостійна робота – 90 год.
Форма підсумкового контролю	Залік
Кафедра	Підприємництва, торгівлі та туристичного бізнесу, проспект Науки 9-А, м. Харків, 1-ий корпус, ауд. 316. Тел.: +38(057)758-77-26 (дод. 451) https://ptt.hneu.edu.ua
Викладач	Алдошина Марія Володимирівна, доцент кафедри Підприємництва, торгівлі та туристичного бізнесу, кандидат економічних наук
Контактна інформація викладача	Алдошина М.В. Mariyaldo.88@gmail.com Viber; Telegram: +380509694713
Дні занять	Лекція : згідно діючого розкладу занять Практичні : згідно діючого розкладу занять
Консультації	На кафедрі Підприємництва, торгівлі та туристичного бізнесу, очні, відповідно до графіку консультацій, індивідуальні, чат в ПНС, Telegram, Viber

Метою викладання навчальної дисципліни є формування у студентів сучасної системи поглядів у галузі туристичного маркетингу, набуття практичних навичок щодо створення, просування та позиціонування турпродукту на ринку з урахуванням результатів маркетингових досліджень.

Структурно-логічна схема вивчення дисципліни:

Пререквізити	Постреквізити
Основи туристичної діяльності та рекреації	Мейджори
Основи гостинності	
Світовий ринок туристичних послуг	
Економіка рекреації та туризму	Тренінг "Автоматизація діяльності туристичного підприємства"
Управління персоналом туристичного підприємства	

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні засади маркетингу туризму

Тема 1. Сутність та передумови розвитку маркетингу в туризмі

Тема 2. Особливості туристичного маркетингу

Тема 3. Моделі маркетингового комплексу

Тема 4. Туристичний продукт та його життєвий цикл

Тема 5. Ринок туристських послуг та його сегментація



Змістовий модуль 2. Маркетинг в діяльності туристичних підприємств

Тема 6. Розробка та реалізація маркетингових досліджень в туризмі

Тема 7. Дослідження споживчої поведінки на ринку туристичних послуг

Тема 8. Маркетингові комунікації в туризмі

Тема 9. Стратегії просування. Брендинг

Тема 10. Інтернет-маркетинг

Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни

Мультимедійний проектор, ПНС ХНЕУ ім.С.Кузнеця, ZOOM

Форми та методи оцінювання

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, практичних (семінарських) занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль, який проводиться у формі диференційованого заліку.

Максимально можлива кількість балів за поточний контроль упродовж семестру для дисципліни форма контролю якої залік – 100 та мінімально можлива кількість балів – 60.

Поточний контроль включає наступні контрольні заходи: завдання за темами; поточні контрольні роботи; презентації за темами та написання есе.

Більш детальна інформація щодо системи оцінювання та накопичування балів з навчальної дисципліни наведена у робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

Політики навчальної дисципліни

Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво, необ'єктивне оцінювання. За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти притягуються до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання відповідного виду навчальної роботи.

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм та методів оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни.