




МАУП

МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ
Навчально-науковий інститут управління, економіки та бізнесу
Кафедра організації туристичної діяльності

Затверджую:

Директор ННПУЕБ


Семенець-Орлова І.А.
"30" серпня 2024 р.

“30” серпня 2024 р.



Схвалено на засіданні кафедри організації туристичної діяльності

Протокол № 1 від «29» серпня 2024 р.

Завідувач кафедри


Кривоберець М.М.

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМІ

спеціальності: 242 Туризм і рекреація
(шифр і назва спеціальності)

освітнього рівня перший (бакалаврський)
(назва освітнього рівня, ОКР)

освітньої програми: Туризм
(шифр і назва освітньої програми)

Київ МАУП 2024 р.

Розробник (-и) силябусу навчальної дисципліни:

Крахмальова Т.А., PhD в галузі «Соціальні та поведінкові науки» за спеціальністю «Економіка», доцент кафедри організації туристичної діяльності

Викладач:

Крахмальова Т.А., PhD в галузі «Соціальні та поведінкові науки» за спеціальністю «Економіка», доцент кафедри організації туристичної діяльності

Силябус розглянуто і затверджено на засіданні кафедри організації туристичної діяльності (Протокол №1 від 29 серпня 2024 року.)

Схвалено Вченою радою Навчально-наукового інституту управління, економіки та бізнесу (Протокол № 6 від 03 вересня 2024 р.)

Завідувач кафедри  М.М. Кривоберець
(підпис)

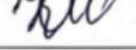
Силябус погоджено з гарантом освітньої програми (керівником освітньої програми «Туризм»)
(назва освітньої програми)

29.08.2024 р.

Керівник освітньої програми  М.І. Башинська
(підпис)

Силябус перевірено

28.08.2024 р.

Заступник директора  І.І. Каліна
(підпис)

Пролонговано:

на 20__/20__ н.р. _____ (підпис), «____» ____ 20__ р., протокол № ____
(підпис) (ПІБ)

на 20__/20__ н.р. _____ (підпис), «____» ____ 20__ р., протокол № ____
(підпис) (ПІБ)

на 20__/20__ н.р. _____ (підпис), «____» ____ 20__ р., протокол № ____
(підпис) (ПІБ)

на 20__/20__ н.р. _____ (підпис), «____» ____ 20__ р., протокол № ____

Назва дисципліни	Маркетинг в туризмі
Викладач (-і)	Крахмальова Тетяна Андріївна
Портфоліо викладача (-ів)	https://maup.com.ua/ua/pro-akademiyu/instituti/institut-ekonomiki/kafedra-organizacii-turistichnoi-diyalnosti1/krahmalova.html
Контактний тел.	+38(095)-581-87-70
E-mail:	tetiana12tatiana@gmail.com
Сторінка дисципліни на сайті	https://maup.com.ua/ua/pro-akademiyu/instituti/institut-ekonomiki/kafedra-organizacii-turistichnoi-diyalnosti1/silabusi10.html
Консультації	четвер, 2 години, 10.00-11.20, ауд.44

1.Коротка анотація до дисципліни.Цей курс передбачає засвоєння студентами основних напрямів практичної маркетингової діяльності на туристичному ринку, опануванні ними сучасних методик проведення маркетингових досліджень, що застосовуються туристичними підприємствами і організаціями, аналізу маркетингового середовища, розробки ефективної продуктової, цінової, збутової та комунікаційної політики туристичних підприємств і організацій.

2. Завдання: дослідження проблем, особливостей та сучасних тенденцій розвитку маркетингу в туристичних підприємствах і організаціях; технології та основних напрямків маркетингових досліджень туристичного ринку, а також розробки ефективної комунікаційної політики туристичних підприємств і організацій.

3. Формат курсу:очний (offline)

4. Програмні результати навчання (інтегральні, фахові компетентності):

Табл.1

Компетентність	Ступінь сформованості компетентності	Оцінювання
Здатність комплексно розв'язувати складні професійні задачі та практичні проблеми у сфері туризму і рекреації як в процесі навчання, так і в процесі роботи, що передбачає застосування теорій і методів системи наук, які формують туризмознавство, і характеризуються комплексністю та невизначеністю умов	Частково.Разом з іншими освітніми компонентами освітньої програми.	Підсумкове (іспит у формі співбесіди).
Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел	Повністю. Співвідноситься з метою курсу.	Поточне (семінар-круглий стіл), рубіжне (оцінювання індивідуальних завдань-кейсів у формі презентації).
Вміння виявляти, ставити і вирішувати проблеми		Рубіжне (оцінювання індивідуальних

		завдань-кейсів у формі презентації).
Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту	Частково. Разом з іншими освітніми компонентами освітньої програми.	Підсумкове (усний іспит).
Здатність визначати індивідуальні туристичні потреби, використовувати сучасні технології обслуговування туристів та вести претензійну роботу	Повністю. Співвідноситься з метою курсу.	Поточне (семинар з індивідуальною роботою), рубіжне (модульна контрольна робота в письмовій формі).

5. Тривалість курсу. 120 годин (4 кредити ЄКТС), з них: 68 годин аудиторної роботи; 52 години – самостійної роботи, іспит – 2.

6. Статус дисципліни: обов'язкова.

7. Пререквізити: Курс «Маркетинг в туризмі» безпосередньо пов'язаний з дисциплінами: «Бізнес-тренінг з організаційної роботи туристичних підприємств», «Менеджмент в туризмі», «Туроперейтинг» покликаний ознайомити з сучасним станом дослідження проблем, особливостей та сучасних тенденцій розвитку маркетингу в туристичних підприємствах і організаціях; технології та основних напрямків маркетингових досліджень туристичного ринку, а також розробки ефективної комунікаційної політики туристичних підприємств і організацій.

8. Технічне й програмне забезпечення / обладнання – програми та сервіси для перевірки оригінальності текстів (Plagiat, Antiplagiat, Unicheck).

9. Політика курсу:

- Передбачає роботу в команді.
- Клімат в аудиторії є дружнім, творчим.
- Виконання завдань у встановлений термін.
- Відпрацювання пропущених занять можливе під час самостійної підготовки та консультацій викладача.
- Дотримання академічної доброчесності.
- Презентації та доповіді мають бути авторськими і оригінальними.

10. Зміст дисципліни: Курс складається з двох змістових модулів. Кожен модуль, у свою чергу, складається з лекційної та семінарської частин:

- Змістовий модуль 1 «Маркетинг на підприємствах туристичної індустрії»;
- Змістовий модуль 2 «Маркетинговий вплив на споживача туристичного продукту»

11. Форми і методи навчання.

Основними видами навчальних аудиторних занять є **лекції, семінарські заняття, консультації.**

При викладанні *лекційного матеріалу* передбачено поєднання таких форм і методів навчання, як лекції-бесіди, лекції-візуалізації.

Лекція-бесіда забезпечує безпосередній контакт викладача з аудиторією і дозволяє привернути Вашу увагу до найбільш важливих питань теми лекції, визначити у процесі діалогу особливості сприйняття навчального матеріалу. Ви маєте можливість обмірковувати

поставлені запитання, робити самооцінку рівня своєї підготовки, навчитися самостійно формулювати висновки і узагальнення.

Лекція-візуалізація включає візуальну форму подачі лекційного матеріалу технічними засобами навчання. Читання такої лекції зводиться до розгорнутого або короткого коментування викладачем візуальних матеріалів, що переглядаються.

При проведенні *семінарських занять* передбачено поєднання таких форм і методів навчання як робота у малих групах, дискусія, публічний виступ, групові проекти.

Ви працюєте з інформацією вдома, зокрема з використанням мережі Інтернет (*див. рекомендовану літературу*), під час занять виконуєте усні та письмові завдання, виступаєте з доповідями і презентаціями, підготовленими як групою так і індивідуально, моделюєте поведінку у конкретних професійних ситуаціях. Програмою курсу передбачено такі проекти:

- Виступ за темою *індивідуального завдання* (*тематика і критерії оцінювання див.: Робоча навчальна програма дисципліни, п.п. 7.3.*).

- Виступ-інформування за темами семінарських занять.

12. Оцінювання знань здійснюється відповідно до «Положення про оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти у ПрАТ «ВНЗ «МАУП» (<https://drive.google.com/file/d/1ENRncPY-dU2qLke7awVKn1OdfG88Hg8D/view>).

Система оцінювання навчальних досягнень

Вид діяльності студента	Максимальна к-сть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	10	10	10	10
Відвідування семінарських занять	1	7	7	7	7
Відвідування практичних занять	-	-	-	-	-
Робота на семінарському занятті	10	7	70	7	70
Робота на практичному занятті	-	-	-	-	-
Лабораторна робота (в тому числі допуск, виконання, захист)	-	-	-	-	-
Виконання завдань для самостійної роботи	5	2	10	2	10
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
Виконання ІНДЗ	30	-	-	-	-
Разом		-	122	-	122
Максимальна кількість балів:					274
274:100=2,74. Студент набрав X балів; Розрахунок: X:2,74= загальна кількість балів.					-

13. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання.

Під час вивчення курсу виконуються *4 самостійні роботи* (завдання до самостійної роботи див.: *Робоча навчальна програма дисципліни, п.п. 7.2.*). **Критерії оцінювання:**

- змістовність – 3 бали
- відповідність темі та вимогам оформлення – 2 бали.

Максимальна кількість балів за самостійну роботу – **5 балів.**

14. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання.

Поточний контроль відбувається впродовж вивчення дисципліни на семінарських заняттях у формі: семінарів-круглих столів та семінарів з індивідуальною роботою. Під час поточного контролю оцінюються такі компоненти:

- повнота відповіді – 3 бали;
- аналіз різних точок зору, джерел літератури, підходів до вивчення проблеми (питання) – 5 балів;
- вільне володіння інформацією, відповіді на додаткові запитання – 2 бали.

Максимальна кількість балів -10 балів.

Рубіжний (модульний) контроль відбувається в кінці вивчення блоків змістових модулів і здійснюється у вигляді виконання індивідуальних завдань-кейсів у формі презентації за тематикою самостійного вивчення матеріалу відповідного змістового модуля (5 хв. зі слайдами). Тематика завдань вибирається студентом зі списку тем ІНДЗ. Під час рубіжного (модульного) контролю оцінюються такі компоненти:

- слайди до презентації – 5 балів
- повнота розкриття теми, висвітлення сучасної проблематики, аналіз різних концепцій, підходів, ідей – 10 балів
- якість оформлення бібліографічних даних, науковий стиль – 5 балів
- самостійність (дотримання академічної доброчесності) та креативність – 5 балів

Максимальна кількість балів - 25 балів.

15. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання:

Іспит. Студенти готують 90 питань, що виносяться на підсумковий іспит. В день іспиту обирають екзаменаційний білет з трьома довільними питаннями з загального списку і готуються до співбесідив. *Робоча навчальна програма дисципліни).*

16. Орієнтовний перелік питань для семестрового комплексного контролю (див.: Робоча навчальна програма дисципліни, п.п. 7.5

17. Шкала відповідності оцінок

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
75-81	C		
68-74	D		
60-67	E	задовільно	не зараховано з можливістю повторного складання
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

18. Рекомендовані джерела (література):

Основна (базова)

1. Hudson S. Marketing for Tourism, Hospitality & Events : A Global & Digital Approach / S.Hudson, L. Hudson. – London : SAGE, 2017. – 382 p.
- 2 Tourism Planning and Destination Marketing / M. Camilleri (ed.). – Bingley : Emerald Publishing, 2018. – 296 p.
3. Коломієць К. В. Методологічні підходи до формування туристського образу регіону / К. В. Коломієць, В. В. Яворська, В. А. Сич // Вісн. Одес.нац. ун-ту. Серія: Географічні та геологічні науки. – 2017. – Т. 22, вип. 2. – С. 90–103.
4. *A Guide to the Project Management Body of Knowledge.* – 6th ed. – Newtown Square, Pennsylvania : Project Management Institute, 2017. – 573 p.

5. Cook R. *Tourism: The Business of Hospitality and Travel* / Cook R., C. Hsu, L. Taylor. – 6th ed. – Harlow :Pearson, 2017. – 448 p.
6. Fyall A. *Tourism: Principles and Practice* / A. Fyall, S. Wanhill. – 6th ed. – Harlow :Pearson,2018. – 672 p.

Додаткова

7. Закон України «Про туризм» від 15.10.2020 № 4162-1 (із змінами та доповненнями).
8. Балабан І. Г. Системний аналіз у дослідженнях теорії і практики туризму / І. Г. Балабан // Матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України» (Одеса, 10 квіт. 2019 р.). – Одеса : ОНЕУ, 2019. – С. 168–171.
9. Браславська О. В. Концептуальна основа сучасного туризму / Браславська О. В. // Географія та туризм : наук. збірник. – К., 2019. – Вип. 54. – С. 3 — 9.
- отношения: маркетинг в туризме / Г.А. Папирян. - М., 2000.
10. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія / В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов [та ін.] ; за заг. ред. В. Г. Герасименка. – Одеса : Астропринт, 2013. – 335 с.
11. Vanhove N. *The Economics of Tourism Destinations. Theory and Practice* / N. Vanhove. – London: Routledge, 2017. – 384 p.
12. Var T. *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases* / T. Var, C. Gunn. – 4th ed. – New York: Routledge, 2002. – 464 p.

Електронні ресурси:

13. Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events SJR: 0.425
14. Journal of Teaching in Travel and Tourism SJR: 0.271
15. JOURNAL OF TOURISM FUTURES SJR: 0.826
16. Journal of Tourism History SJR: 0.121
17. Tourism and Hospitality Research SJR: 0.647
18. Tourism in Marine Environments SJR: 0.347

Інформаційні ресурси:

19. www.tourism.gov.ua
20. <http://www.ukraine.online.com.ua>
21. <http://www.tour.com.ua>
22. www.unwto.org
23. www.tourlib.com

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ «Маркетинг в туризмі»

Разом: 120 год., з них 40 год. – лекції, 28 год. – семінарські заняття; самостійна робота – 52 год., модульний контроль – 4 год.

Кількість балів за семестр	274бали							
Модулі	Змістовий модуль I				Змістовий модуль II			
Назва модуля	Маркетинг на підприємствах туристичної індустрії (20)				Маркетинговий вплив на споживача туристичного продукту (20)			
Лекції	2-(1 бал)	2-(1 бал)	2 (1 бал)	4 (1 бал)	2-(1 бал)	2 (1 бал)	4 (1 бал)	2 (1 бал)
Теми лекцій	Теоретичні засади маркетингу	Типізація підприємств готельного господарства	Технологія маркетингових досліджень в туризмі	Маркетингові дослідження в туристичних підприємствах і організаціях	Маркетингова продуктова політика туристичного підприємства	Маркетингова цінова політика туристичного підприємства	Маркетингова політика збуту туристичного продукту	Політика маркетингових комунікацій туристичних підприємств і організацій
Семінарські і практичні заняття	2 (10 балів)	2 (10 балів)	1 (10 балів)	2 (10 балів)	1 (10 балів)	2 (10 балів)	2 (10 балів)	2 (10 балів)
Теми семінарських занять	Історичні передумови маркетингу, сутність основних його понять як способу управління діяльністю підприємств сфери послуг підприємств туристичної індустрії	Передумови та тенденції розвитку маркетингової концепції управління в туризмі. Еволюція концепцій маркетингу в туризмі.	Алгоритм та характеристика етапів проведення маркетингових досліджень на туристичних підприємствах і в туристичних організаціях.	Дослідження середовища маркетингу туристичного підприємства (організації). Класифікація туристичного ринку. Якісна структура туристичного ринку.	Аналіз туристичного продукту. Моделі якості.	Цілі встановлення ціни на туристичний продукт. Аналіз визначальних факторів ціноутворення.	Основні етапи розробки збутової політики. Посередницька діяльність та функції посередників сфери туризму.	Комплекс маркетингових комунікацій туристичного підприємства (організації). Концепції інтегрованих маркетингових комунікацій.
Лабораторна робота	-				-			
Самостійна робота	2 (5 балів)				2 (5 балів)			
Поточний контроль	модульна контрольна робота №1 (25 балів)				модульна контрольна робота №2 (25 балів)			
Підсумковий контроль	Розрахунковий коефіцієнт: 2,74							