



Уманський національний університет садівництва
Факультет менеджменту
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи



СИЛАБУС

1. Базова інформація про дисципліну	
Назва дисципліни	Маркетинг у туризмі
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Галузь знань	24 «Сфера обслуговування»
Спеціальність	242 «Туризм»
Освітньо-професійна програма	«Туризм»
Факультет	менеджменту
Семестр	8
Курс	IV
Анотація курсу	Вивчення курсу «Маркетинг у туризмі» дасть змогу студентам оволодіти комплексом знань, які необхідні для розробки, просування туристичного продукту з урахуванням задоволення потреб споживачів та набутти практичних навичок для забезпечення ефективності діяльності туристичних підприємств.
Сторінка курсу в Moodle	https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=305
Мова викладання	Українська
Лектор курсу	Кожухівська Раїса Борисівна, к.е.н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи https://tourism.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/kozuhivvska-raisa-borisivna.html
Адреса кафедри	м. Умань, вул. Інститутська, 1, корп. 4
2. Місце дисципліни в освітній програмі	
Освітньо-професійна програма	«Туризм» https://ects.udau.edu.ua/ua/informaciya-po-programam/fakultet-menedzhmentu/op-turizm-bakalavr.html
Перелік загальних компетентностей (ЗК)	У результаті вивчення дисципліни студент повинен оволодіти такими загальними компетентностями: – здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел; – навички використання інформаційних та комунікаційних технологій; – вміння виявляти, ставити і вирішувати проблеми; – навички міжособистісної взаємодії.
Перелік фахових компетентностей (ФК)	У результаті вивчення дисципліни студент повинен оволодіти такими фаховими компетентностями: – знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності; – здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях; – розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів; – здатність розробляти, просувати, реалізовувати та

	<p>організувати споживання туристичного продукту;</p> <ul style="list-style-type: none"> – здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал; – здатність визначати індивідуальні туристичні потреби, використовувати сучасні технології обслуговування туристів та вести претензійну роботу; – здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації; – розуміння основних понять та концепцій сільського (зеленого) туризму.
Перелік програмних результатів навчання (ПР)	Програмними результатами вивчення дисципліни є отримання умінь та знань щодо розробки, просування та реалізації туристичного продукту, а також здобуття практичних навичок із продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг.
3. Опис дисципліни	
Структура навантаження студентів	<p>Кількість годин – 105 Кількість кредитів – 3,5 Лекції – 22 год. Практичні заняття – 24 год. Самостійна робота – 59 год. Форма підсумкового контролю – екзамен.</p>
Методи навчання	<p>Основний метод навчання – використання спеціальних консультативно-контрольних навчальних технологій під час проведення лекційних та практичних занять. Також застосовується поєднання традиційних і нетрадиційних методів навчання з використанням інноваційних технологій в освітньому процесі.</p> <p>При викладанні дисципліни для активізації навчального процесу передбачено застосування сучасних навчальних технологій: проблемні лекції; семінари-дискусії; кейс-метод; практичні заняття із проведенням презентацій, дискусій, круглих столів, вирішення професійно-орієнтованих задач; самонавчання на основі конспектів, посібників та іншої рекомендованої літератури, навчальних мультимедійних матеріалів, через електронне модульне середовище навчального процесу Moodle.</p>
Мета та завдання	<p>Мета дисципліни: надати студентам, майбутнім фахівцям сфери туризму, комплекс знань та умінь необхідних для розробки, просування туристичного продукту з урахуванням задоволення потреб споживачів та набуття практичних навичок для забезпечення ефективності діяльності туристичних підприємств.</p> <p>Завдання дисципліни: вивчення закономірностей розвитку туристичного маркетингу, системи маркетингу підприємства сфери туризму, процесів оперативного та стратегічного управління маркетингом в туризмі.</p>
4. Зміст дисципліни	
Тема 1	Суть маркетингу в готельному, курортному та туристичному сервісі
Тема 2	Управління маркетингом в туризмі
Тема 3	Туристичний продукт
Тема 4	Ринок туристичних послуг
Тема 5	Система маркетингових досліджень в туризмі
Тема 6	Сегментація ринку в туризмі. Цінова політика туристичних

	підприємств
Тема 7	Маркетингова збутова стратегія туристичних підприємств
Тема 8	Система маркетингових комунікацій в туризмі
Тема 9	Реклама в туризмі. Нерекламні методи просування турпродукту
Тема 10	Туристичні виставки та ярмарки
Тема 11	Маркетингові аспекти просування послуг сфери сільського (зеленого) туризму за допомогою сучасних інформаційних технологій
5. Політика дисципліни	
Організація навчання	Регулярне відвідування лекцій здобувачами, активна їх участь під час опитування на практичних заняттях, ініціативність в обговоренні дискусійних тем, своєчасність виконання самостійної роботи. Організація навчання відбувається згідно розкладу http://mkr.udau.edu.ua
Методи контролю	Комплекс контрольних заходів містить поточний і підсумковий контроль. Поточний контроль включає оцінювання знань здобувача вищої освіти під час проведення лабораторних занять, виконання завдань самостійної та індивідуальної робіт тощо. Підсумковий контроль знань проводиться у вигляді екзамену
Академічна доброчесність	Дотримання положень «Кодексу академічної доброчесності УНУС». Доступний за посиланням: https://www.udau.edu.ua/ua/file/4dH7

6. Розподіл балів, які отримують здобувачі

Поточний (модульний) контроль															Підсумковий контроль	Сума
Змістовий модуль 1					Змістовий модуль 2					Змістовий модуль 3						
T1	T2	T3	T4	МК 1	T5	T6	T7	T7	МК 2	T8	T9	T10	T11	МК 3	30	100
3	3	3	3	10	3	3	3	3	10	3	3	3	3	14		

7. Шкала оцінювання: національна та ECTS

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	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

8. Рекомендована література

Базова:

1. Буднікевич І.М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності. К.: ЦУЛ, 2019. 536 с.
2. Гужва В.М. Системи бізнес-аналітики. К.: КНЕУ, 2017. 183 с.
3. Корж Н.В., Басюк Д.І. Управління туристичними дестинаціями. Вінниця: ПП «ГД Едельвейс і К», 2017. 322 с.
4. Любіцева О.О., Давидова О.Г. Маркетинг у туризмі: практикум. К.: ВПЦ Київський університет, 2017. 256 с.
5. Летуновська Н.Є., Люльов О.В. Маркетинг у туризмі: підручник. Суми: Сумський державний університет, 2020. 270 с.
6. Мальська М.П., Мандюк Н.Л. Основи маркетингу у туризмі. К.: ЦУЛ, 2019. 336 с.
7. Мальська М.П., Худо В.В. Туристичний бізнес. К.: ЦУЛ, 2019. 368 с.
8. Новаківський І., Грибик І., Смолінська Н. Інформаційні системи в менеджменті. Адаптивний підхід. К.: Кондор, 2019, 440 с.
9. Смирнов І.Г., Любіцева О.О. Маркетинг сталого туризму. К.: Видавництво Ліра-К, 2019. 256 с.
10. Тягунова Н.М., Спориш О.А., Іржавська Л.В. Основи організації туристичного бізнесу: кредитно-модульний курс: навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2018. 130 с.
11. Цвілій С.М. Кукліна Т.С., Зайцева В.М. Маркетинг в туризмі: навчальний посібник. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. 260 с.

Допоміжна:

1. Кожухівська, Р.Б. Розвиток сучасних маркетингових інформаційних технологій в комунікаційних стратегіях українських туристичних підприємств. Монографія. Умань: Видавничо-поліграфічний центр «Візаві», 2011. 210 с.
2. Кожухівська, Р.Б. Використання комунікаційних інтернет-технологій в туризмі. *Науково-практичний журнал «Східна Європа: економіка, бізнес та управління»*. Вип. 4(15), 2018. С.191-196.
3. Кожухівська, Р.Б., Саковська, О.М. Ефективність використання інтернет-реклами санаторно-курортними закладами України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство», Вип. 20. ДВНЗ УЖНУ, 2018. С.160-165.
4. Кожухівська Р.Б. Розвиток індустрії туризму та сфери гостинності на основі методики цільового позиціонування. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*, 2019. Вип. 2 (19) С.212-217.
5. Кожухівська Р.Б. Управління поведінкою споживачів на засадах клієнтоорієнтованості. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*, 2019. Вип. 3 (20). С.249-254. Рутинський М.Й., Зінько Ю.В. Сільський туризм. К.: Знання, 2006. 271 с.
6. Теличкань В.В. Просування агротуристичних послуг за допомогою сучасних інформаційних технологій. *Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва*, 2017. Вип. 72. С.169-175.
7. Шамара І.М., Азарова К.І. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку ринку туристичних послуг України. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна*. 2018. Вип. 8. С. 196-203.
8. George R. Marketing Tourism and Hospitality: Concepts and Cases. Switzerland: Springer Nature. 2021. 500 p.
9. Kozhukhivska, R. Use of Internet technologies in the marketing activities of the tourism enterprises. Collective Scientific Monograph «*Contemporary Issues of Digital Economy and Society*». Publishing House: Katowice School of Technology. 2020, no.36. P. 54-61.
10. Kozhukhivska R., Sakovska O., Maliuga L., Maslovata S. The formation of a system of investment prospects of Ukrainian tourism and recreation sector enterprises on terms of benchmarking: *Proceedings of the 33rd International Business Information Management*

Association Conference, IBIMA 2019: Education Excellence and Innovation Management through Vision 2020. 10-11 April 2019, Granada, Spain. P. 5282-5290.

11. Kozhukhivska R., Sakovska O., Udovenko I., Skurtol S., Nechytailo V., Harbar O. Peculiarities of creating advertising activities on the tourist services market. *Proceedings of the 34rd Conference, IBIMA 2019, 13-14 November 2019, Madrid, Spain.* pp. 10772-10778.

12. Kozhukhivska R., Chuchmii I., Harbar O., Kostyuk M., Nechytailo V. and Sakovska O. Development of the Tourist sphere in Ukraine: Socio-Economic Aspect. *Proceedings of the 35rd Conference, IBIMA 2020: Education Excellence and Innovation Management: A 2025 Vision to Sustain Economic Development during Global Challenges, 1-2 April 2020. Seville, Spain. 2020.* P. 1591-1597.

13. Sakovska O., Kozhukhivska R., Kustrich L., Gomeniuk M., Podzihun S. Improvement of the Marketing Management System of Tourism and Hospitality Industry Enterprises on the Basis of Innovations. *Lecture Notes in Networks and Systems.* 2022. Vol. 485, pp. 881-895 https://doi.org/10.1007/978-3-031-08093-7_58

9. Інформаційні ресурси

1. Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського. Офіційний сайт. URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua/>

2. Нормативні акти України. URL: <http://www.nau.kiev.ua>.

3. Українська інформаційна система. URL: <http://www.utis.com.ua>

4. Український сайт з маркетингу та реклами. URL: www.marketingmix.com.ua

5. Consumers Affair – сайт ресурсів Європейської комісії. URL: http://ec.europa.eu/consumers/strategy/index_en.htm

6. The World Tourism Organization (UNWTO). URL: <https://www.unwto.org>

7. The European Consumer Voice in Standardization. URL: <http://www.anec.org>

8. The European Consumer's Organization. URL: <http://www.beuc.org>