



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



## СИЛАБУС

<b>1. Базова інформація про дисципліну</b>	
<b>Назва дисципліни</b>	Маркетинг у туризмі
<b>Рівень вищої освіти</b>	перший (бакалаврський)
<b>Галузь знань</b>	24 «Сфера обслуговування»
<b>Спеціальність</b>	242 «Туризм і рекреація»
<b>Освітньо-професійна програма</b>	«Туризм»
<b>Факультет</b>	менеджменту
<b>Семестр</b>	8
<b>Курс</b>	IV
<b>Анотація курсу</b>	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.
<b>Сторінка курсу в Moodle</b>	<a href="https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=305">https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=305</a>
<b>Мова викладання</b>	Українська
<b>Лектор курсу</b>	Кожухівська Раїса Борисівна, к.е.н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи <a href="https://tourism.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/kozuhivvska-raisa-borisivna.html">https://tourism.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/kozuhivvska-raisa-borisivna.html</a>
<b>Адреса кафедри</b>	м. Умань, вул. Інститутська, 1, корп. 4
<b>2. Місце дисципліни в освітній програмі</b>	
<b>Освітньо-професійна програма</b>	«Туризм» <a href="https://ects.udau.edu.ua/ua/informaciya-po-programam/fakultet-menedzhmentu/242-turizm-i-rekreaciya.html">https://ects.udau.edu.ua/ua/informaciya-po-programam/fakultet-menedzhmentu/242-turizm-i-rekreaciya.html</a>
<b>Перелік загальних компетентностей (ЗК)</b>	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.
<b>Перелік фахових компетентностей (ФК)</b>	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"> <li>– здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал;</li> <li>– здатність визначати індивідуальні туристичні потреби, використовувати сучасні технології обслуговування туристів та вести претензійну роботу;</li> <li>– здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації;</li> <li>– розуміння основних понять та концепцій сільського (зеленого) туризму.</li> </ul>
<b>Перелік програмних результатів навчання (ПР)</b>	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.
<b>3. Опис дисципліни</b>	
<b>Структура навантаження студентів</b>	<p>Кількість годин – 105  Кількість кредитів – 3,5  Лекції – 22 год.  Практичні заняття – 24 год.  Самостійна робота – 59 год.  Форма підсумкового контролю – екзамен.</p>
<b>Методи навчання</b>	<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>
<b>Мета та завдання</b>	<p><b>Мета дисципліни:</b> 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><b>Завдання дисципліни:</b> вивчення закономірностей розвитку туристичного маркетингу, системи маркетингу підприємства сфери туризму, процесів оперативного та стратегічного управління маркетингом в туризмі.</p>
<b>4. Зміст дисципліни</b>	
<b>Тема 1</b>	Суть маркетингу в готельному, курортному та туристичному сервісі
<b>Тема 2</b>	Управління маркетингом в туризмі
<b>Тема 3</b>	Туристичний продукт
<b>Тема 4</b>	Ринок туристичних послуг
<b>Тема 5</b>	Система маркетингових досліджень в туризмі
<b>Тема 6</b>	Сегментація ринку в туризмі. Цінова політика туристичних

	підприємств
<b>Тема 7</b>	Маркетингова збутова стратегія туристичних підприємств
<b>Тема 8</b>	Система маркетингових комунікацій в туризмі
<b>Тема 9</b>	Реклама в туризмі. Нерекламні методи просування турпродукту
<b>Тема 10</b>	Туристичні виставки та ярмарки
<b>Тема 11</b>	Маркетингові аспекти просування послуг сфери сільського (зеленого) туризму за допомогою сучасних інформаційних технологій
<b>5. Політика дисципліни</b>	
<b>Організація навчання</b>	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 <a href="http://mkr.udau.edu.ua">http://mkr.udau.edu.ua</a>
<b>Методи контролю</b>	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
<b>Академічна доброчесність</b>	Дотримання положень «Кодексу академічної доброчесності УНУС». Доступний за посиланням: <a href="https://www.udau.edu.ua/ua/file/4dH7">https://www.udau.edu.ua/ua/file/4dH7</a>

## 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	<b>A</b>	відмінно	зараховано
82-89	<b>B</b>	добре	
74-81	<b>C</b>		
64-73	<b>D</b>		
60-63	<b>E</b>	задовільно	
35-59	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	<b>F</b>	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](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](http://www.marketingmix.com.ua)
5. Consumers Affair – сайт ресурсів Європейської комісії. URL: [http://ec.europa.eu/consumers/strategy/index\\_en.htm](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>