

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1. Код: Національний університет
водного господарства

2. Назва: *Маркетинг в туризмі*

3. Тип: *вибіркова*

4. Рівень вищої освіти: *I (бакалаврський)*

5. Рік навчання, коли пропонується дисципліна: *2-4*

6. Семестр, коли вивчається дисципліна: *3-8*

7. Кількість встановлених кредитів ЄКТС: *3,0*

8. Прізвище, ініціали лектора/лекторів, науковий ступінь, посада: *ст. викладач Коротун Ольга Петрівна*

9. Результати навчання:

- *організовувати підготовку, презентацію і поширення спеціалізованої туристської інформації використовуючи рекламні та PR технології;*
- *формувати попит і просувати туристські послуги на ринку за результатами маркетингових досліджень і рекламної діяльності;*
- *стимулювати збут турпродукту, використовуючи методи і прийоми, стимулювання попиту і принципи мотивації збутової діяльності;*
- *здійснювати пошук перспективних партнерів зі збуту турпродукту, використовуючи основні форми продажу туристського продукту, схеми просування продукту туроператора, методи і нормативні основи.*

10. **Форми організації занять:** *навчальне заняття, самостійна робота, практична підготовка, контрольні заходи.*

11. **Дисципліни, що передують вивченню зазначеної дисципліни:** *маркетинг*

12. **Зміст курсу:** *Маркетинг в туристській індустрії. Дослідження поведінки споживача. Маркетинг турпродукту, готельного комплексу. Сегментація туристського ринку. Позиціонування турпродукту на туристському ринку. Маркетингові комунікації в туризмі. Маркетингова цінова стратегія в туризмі. Створення брендингу в туристській індустрії.*

13. **Рекомендовані навчальні видання:**

1. Кудла Н. Є. Маркетинг туристичних послуг : навчальний посібник / Н. Є. Кудла ; Львів. ін-т економіки і туризму. - Київ : Знання, 2011. - 351 с. - (Вища освіта XXI ст.).
2. Мальська М. П. Основи маркетингу у туризмі [текст] підручник. / М. П. Мальська, Н. Л. Мандюк – К.: «Центр учбової літератури», 2016. – 336 с.
3. Маркетинг: Навч. посібник / М.В. Мальчик, Н.А. Гонтаренко, О.В. Попко, З.О. Толчанова, Б.О.Король, О.В. Мартинюк, С.І. Коваль; за заг. ред. д.е.н., проф.. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2014. – 444 с.
4. Менеджмент і маркетинг туризму: Навч. посібник / [Афонченкова Т. М., Булюк О. В., Масенко Б.П., Панченко, Ю.В., Федотова Н.В.]; за ред. О.Є.Лугініна. - К.: Видавництво Ліра-К, 2016 - 364 с.
5. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навчальний посібник / П. Р.Пуцентейло. - Київ : Центр учбової літератури, 2007. - 344с.

14. **Заплановані види навчальної діяльності та методи викладання:**

16 год. лекцій, 14 год. практичних робіт, 60 год. самостійної роботи. Разом – 90 год.

Методи: елементи проблемної лекції, індивідуальні завдання, впровадження кейс-методів, індивідуальні та групові науково-дослідні завдання, використання мультимедійних засобів.

15. **Форми та критерії оцінювання:**

Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою.

Підсумковий контроль: залік в кінці семестру.

Поточний контроль (100 балів): тестування, опитування.

16. **Мова викладання:** *українська.*

Завідувач кафедри:

д.е.н., професор М.В.Мальчик

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1. **Code:** Національний університет
водного господарства

2. **Title:** *Marketing in tourism*

3. **Type:** *selective*

4. **Higher education level:** *the first (Bachelor's degree)*

5. **Year of study, when the discipline is offered:** *2-4*

6. **Semester when the discipline is studied:** *3-8*

7. **Number of established ECTS credits:** *3,0*

8. **Surname, initials of the lecturer / lecturers, scientific degree, position:** *Senior Lecturer Korotun Olha Petrivna*

9. **Results of studies:**

- *to organize preparation, presentation and distribution of the specialized tourist information, using advertisement and PR of technology;*
- *to form demand and move forward tourist services at the market on results marketing researches and advertisement activity;*
- *to stimulate the sale of myrnpodykmy, using methods and receptions, stimulations of demand and principles of motivation of sale activity;*
- *to be find perspective partners from the sale of myrnpodykmy, using the basic forms of sale of tourist product, chart of advancement of product of tour operator, methods and normative bases.*

10. **Forms of organizing classes:** *training classes, independent work, practical training, control measures;*

11. **Disciplines preceding the study of the specified discipline:** *«Marketing».*

12. **Course contents:** *Marketing in tourist industry. Research of consumer's behavior. Marketing of tourism, hotel complex. Tourist market segmentation. Positioning of tourism products at the tourist market. Marketing communications in tourism Marketing price strategy in tourism Creation of branding in tourism industry.*

13. **Recommended educational editions:**

1. Kudla N. E. Tourist Services Marketing: Textbook / N. E. Kudla; Lviv. Institute of Economics and Tourism. - Kyiv: Knowledge, 2011. - 351 p. - (Higher education of XXI century).
2. Malskaya M.P. Fundamentals of Marketing in Tourism [text] / M. P. Malskaya, N. L. Mandyuk - K. : "Center for Educational Literature", 2016. - 336 p.
3. Marketing: Textbook / M.V. Malchik, N.A. Gontarenko, O.V. Popko Z.O. Tolchanov, B.O.Korol, O.V. Martynyuk, S.I. Koval; for community edit Doctor of Economics, Professor. Malchik M.V. - Rivne: NUWEE, 2014 - 444 p.
4. Management and marketing of tourism: Textbook / [Afonchenkova T.M., Buluk O.V., Masenko B.P., Panchenko, Yu.V., Fedotova N.V.]; ed. O.E.Luginina. - K.: Publishing House Lyra-K, 2016 - 364 p.
5. Puctential P.R. Economics and organization of tourism and hotel business: a manual / P. R. Puchenteylo. - Kyiv: Center for Educational Literature, 2007. – 344p.

14. **Planned types of educational activities and teaching methods:**

Lectures – 16 hours, practical classes – 14 hours, independent work – 60 hours. Total – 90 hours.

Methods of teaching: problem lecture elements, individual tasks, implementing case method, individual tasks of scientific research, group tasks of scientific research, using multimedia tools.

15. **Forms and assessment criteria:**

The assessment is carried out on a 100-point scale

Final control: test at the end of the semester.

Current control (100 points) testing, questioning

16. **Language of teaching:** *Ukrainian.*

Head of the department:

Doctor of Economic Sciences, professor M. Malchyk