

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ ТУРИЗМУ»

Освітня програма: «Маркетинг».

Статус: фахова вибіркова навчальна дисципліна (ВК 2).

Навчальний рік: 2023-2024 н. р., II семестр.

Мета вивчення дисципліни – формування у здобувачів освітньо-наукового рівня (доктор філософії) системних теоретичних знань у галузі маркетингу туризму та отримання практичних навичок щодо прийняття управлінських рішень, спрямованих на адаптацію туристичної компанії до зовнішнього середовища та подальший розвиток її діяльності внаслідок втілення обґрунтовано обраної маркетингової стратегії та ефективного використання маркетингового інструментарію.

Завдання дисципліни: набуття теоретичних знань з ключових характеристик маркетингу туризму та вдосконалення вмінь з використання складових маркетингового комплексу у процесі формування ефективної маркетингової політики в цілому для туристичної компанії у довгостроковій перспективі.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати: сучасні тенденції в сфері туризму; сутність та специфіку туристичних послуг; особливості маркетингу туризму, його рівні та координацію; підходи до організації маркетингу в туристичній компанії; складові елементи маркетингового комплексу туристичного підприємства; особливості організації та ефективного управління маркетинговою продуктовою політикою, політикою ціноутворення, просування та комунікаційною політикою туристичної компанії в умовах сучасності; сутність та основні етапи стратегічного маркетингового планування діяльності підприємства туристичного бізнесу; базові та конкурентні маркетингові стратегії туристичних компаній; особливості позиціонування туристичного продукту; процес та фактори сегментування туристичного ринку; підходи до розробки альтернативної маркетингової стратегії туристичної компанії.

вміти: за розумінням підходів до організації маркетингу в туристичному підприємстві, вносити конкретні практичні пропозиції з вдосконалення даного процесу з урахуванням сучасних тенденцій у сфері туризму; визначати ключові елементи маркетингової політики туристичного підприємства та здійснювати їх адаптацію до вимог сучасного туристичного ринку за використання досвіду провідних туристичних компаній; розробляти маркетингові стратегії для підприємств туристичної сфери, що спрямовані на підвищення рівня задоволеності клієнтів та забезпечення ефективності діяльності туристичного підприємства в перспективі.

Зміст дисципліни.

Тема 1. Ключові характеристики та особливості маркетингу туризму.

Тема 2. Маркетингова продуктова політика в туризмі.

Тема 3. Маркетингові політики ціноутворення та просування у сфері туризму.

Тема 4. Маркетингова комунікаційна політика туристичної компанії в умовах сучасності.

Тема 5. Формування маркетингової стратегії в туристичній діяльності.

Викладацький склад:

Лектор: к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики Муштай В.А.

Викладач практичних занять: к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики Муштай В.А.

Тривалість: 5 кредитів ECTS, 10 тижнів, 5 годин на тиждень.

Оцінювання: поточне оцінювання – 2 модульні контролю, підсумковий контроль – іспит.