

АНОТАЦІЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА МАРКЕТИНГ ТУРИЗМУ

Цикл: фахової підготовки для спеціальності 075 «Маркетинг»

Статус: вибіркового освітнього компонента

Курс 2, 3 семестр.

Мета вивчення дисципліни: – формування системи спеціальних 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.

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у здобувачів **фахових компетентностей**, передбачених відповідною освітньо-науковою програмою:

- отримання новітніх теоретичних знань з ключових характеристик та особливостей маркетингу туризму:

- вдосконалення вмінь з ефективного використання складових маркетингового комплексу у процесі формування ефективної маркетингової політики в цілому для туристичної компанії у довгостроковій перспективі.

У результаті вивчення освітнього компонента здобувач повинен бути здатним продемонструвати такі **результати навчання**, передбачених освітньо-науковою програмою:

- знати базові характеристики та особливості маркетингу туризму за сучасних умов розвитку туристичної галузі;

- розуміти організацію маркетингу в туристичному підприємстві та 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 підприємства туристичної сфери, за інноваційного вектору розвитку їх маркетингової діяльності, спрямованих на підвищення рівня задоволеності клієнтів та забезпечення ефективності діяльності туристичного підприємства в перспективі.

ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ

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.

Тема 6. Інноваційний вектор маркетингової діяльності туристичних підприємств.

Тема 7. Концепція, інструменти та методологія управління інноваційним розвитком підприємств сфери туризму.

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, 13 тижнів, 5 години на тиждень.

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