

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет міжнародних відносин
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства

УЗГОДЖЕНО

Декан ФМВ

«03»

10

Ю. Волошин

2019 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з навчальної роботи

«07»

10

А. Гудманян

2019 р.



Система менеджменту якості

РОБОЧА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА

навчальної дисципліни
«МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМІ»

Галузь знань: 24 «Сфера обслуговування»
Спеціальність: 242 «Туризм»
Освітньо-професійна програма: «Туризмознавство»

Курс – 4 Семестр – 7

Екзамен – 7 семестр

Лекції – 17
Практичні заняття – 34
Самостійна робота – 69

Усього (годин/кредитів ECTS) – 120/4,0

Домашнє завдання (1) - 7 семестр

Індекс РБ-17-242/16- 2.1.23

СМЯ НАУ РНП 15.01.02-01-2019



Система менеджменту якості.
Робоча навчальна програма
навчальної дисципліни
«Маркетинг в туризмі»

Шифр
документа

СМЯ НАУ
РНП 15.01.02 – 01-2019

Стор. 2 із 12

Робочу навчальну програму дисципліни «Маркетинг в туризмі» розроблено на основі робочого навчального плану № РБ-17-242/16 підготовки фахівців освітнього ступеня «Бакалавр» за спеціальністю 242 «Туризм», освітньо-професійної програми «Туризмознавство», навчальної програми цієї дисципліни, індекс НБ-17-242/16 – 2.1.23, затверджені ректором «26» вересня 2019 року та відповідних нормативних документів.

Робочу навчальну програму розробив
доцент кафедри міжнародного туризму
та країнознавства, к.е.н. _____

О. Беркова

Робочу навчальну програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри спеціальності 242 «Туризм», освітньо-професійної програми «Туризмознавство» – кафедри міжнародного туризму та країнознавства, протокол № 10 від «29» 08 2019 р.

Завідувач кафедри _____

Г. Балабанов

Робочу навчальну програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради Факультету міжнародних відносин, протокол № 9 від «02» 09 2019 р.

Голова НМРР _____

Рівень документа – 36
Плановий термін між ревізіями – 1 рік
Врахований примірник



ЗМІСТ

1. Вступ	стор 4
2. Зміст навчальної дисципліни	4
2.1. Тематичний план навчальної дисципліни.....	4
2.2. Домашнє завдання.....	5
3. Навчально-методичні матеріали з дисципліни	6
3.1. Список рекомендованих джерел	6
3.2. Перелік наочних та інших навчально-методичних посібників, методичних матеріалів до технічних засобів навчання	7
4. Рейтингова система оцінювання набутих студентом знань та вмінь.....	8



ВСТУП

Робоча навчальна програма дисципліни розроблена на основі навчальної програми дисципліни «Маркетинг в туризмі» та «Методичних вказівок до розроблення та оформлення навчальної та робочої навчальної програм дисциплін», введених в дію розпорядженням від 16.06.15 №37/роз,


Рейтингова система оцінювання (PCO) є невід'ємною складовою робочої навчальної програми і передбачає визначення якості виконаної студентом усіх видів аудиторної та самостійної навчальної роботи та рівня набутих ним знань та умінь шляхом оцінювання в балах результатів цієї роботи під час поточного, модульного та семестрового контролю, з наступним переведенням оцінки за багатобальною шкалою в оцінки за національною шкалою та шкалою ECTS.

PCO передбачає використання модульних рейтингових оцінок (поточної, контрольної, підсумкової), а також екзаменаційної або залікової, підсумкової семестрової та підсумкової рейтингових оцінок.

2. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

2.1. Тематичний план навчальної дисципліни

№ пор.	Назва теми	Обсяг навчальних занять (год.)			
		Усього	Лекції	Практ	СРС
1	2	3	4	5	6
1.1	Сутність маркетингу в туризмі. Особливості та складові комплексу маркетингу сфери послуг.	5	-	2	4
1.2	Система маркетингових досліджень в туризмі	7	-	2	5
1.3	Процес маркетингових досліджень в туризмі	11	2	4	5
1.4	Методи маркетингових досліджень	11	2	4	5
1.5	Види маркетингових стратегій	9	2	2	5
1.6	Моделі маркетингових стратегій в туризмі	9	2	2	5
1.7	Модульна контрольна робота	4	-	2	2
2.1	Маркетингові дослідження туристичного продукту	5	-	2	3
2.2	Маркетингове дослідження потенціалу та іміджу туристичної фірми	5	-	2	3
2.3	Маркетингове дослідження туристичного ринку	8	2	2	4
2.4	Маркетингове дослідження конкурентів туристичного підприємства	8	2	2	4
2.5	Маркетингове дослідження споживачів туристичного підприємства	8	2	2	4

	Система менеджменту якості. Робоча навчальна програма навчальної дисципліни «Маркетинг в туризмі»	Шифр документа	СМЯ НАУ РНП 15.01.02 – 01-2019		
		Стор. 5 із 12			

2.6	Маркетингова цінова політика туристичного підприємства	8	2	2	4
2.7	Маркетингові дослідження комунікацій в туризмі	6	1	2	3
2.8	Франчайзинг у туристичному бізнесі	4	-	2	3
2.9	Домашнє завдання	8	-	-	8
2.10	Модульна контрольна робота №2	4	-	1	2
					38
					39

2.2. Домашнє завдання


З навчальної дисципліни студенти виконують домашнє завдання (ДЗ), відповідно до затвердженого навчального робочого плану та методичних рекомендацій, з метою закріплення та поглиблення теоретичних та практичних знань та вмінь, набутих у процесі засвоєння навчального матеріалу з дисципліни, який може використовуватися у подальшому в професійній роботі. Домашнє завдання - це самостійне дослідження студента, що дозволяє найбільш повно розкрити одержані ним в процесі вивчення дисципліни «Маркетинг в туризмі» знання і вміння, використати їх для вирішення практичних завдань. Працюючи над домашнім завданням, студент повинен засвоїти навички правильної постановки проблеми та обґрунтування її актуальності, формулювання мети і завдань дослідження, побудови логічного плану і оптимальної структури, роботи з літературними джерелами та статистичною інформацією, аналізу та оцінки різних аспектів діяльності організації, обґрунтування власних узагальнень, висновків і пропозицій.

Метою підготовки домашнього завдання з дисципліни «Маркетинг в туризмі» є обґрунтування перспективних напрямів маркетингових досліджень в сфері туризму в цілому та окремих туристичних підприємств.

Виконання, оформлення та захист ДЗ здійснюється студентом в індивідуальному порядку відповідно до методичних рекомендацій.

Для успішного виконання домашнього завдання студент повинен знати особливості маркетингових досліджень конкурентів; особливості маркетингових досліджень споживачів; стратегічні засади маркетингових досліджень; теоретичні основи цінової та збутової маркетингової політики туристичної фірми; вміти коригувати завдання та програму дій туристичних організацій в залежності від стану ринку; створювати конкурентоспроможну продукцію туристичного спрямування; досліджувати сильні і слабкі сторони діяльності туристичної фірми; знаходити варіанти оптимізації поведінки туристичної фірми на ринку тощо.

Час, потрібний для виконання ДЗ, пропонується 8 годин самостійної роботи.

	Система менеджменту якості. Робоча навчальна програма навчальної дисципліни «Маркетинг в туризмі»	Шифр документа	СМЯ НАУ РНП 15.01.02 – 01-2019
		Стор. 6 із 12	

3. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ З ДИСЦИПЛІНИ


3.1. Список рекомендованих джерел

Основні рекомендовані джерела

- 3.1.1. Котлер Ф. Основы маркетингу: краткий курс / Филипп Котлер.- Вильямс.-М., 2018.-978с.
- 3.1.2. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства: навч. посіб. / Л. Балабанова. - К.: Центр учбової літератури, 2019. – 612 с.
- 3.1.3. Мальська М.П., Гаталяк О.М. Туризм у містах : підруч. /М. Мальська, О. Гаталяк. - К.: Центр учбової літератури, 2019. – 224 с.
- 3.1.4. Корнієв В.Л., Корецький О.І. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. /В. Корнієв, О. Корецький. - К.: Центр учбової літератури, 2019. – 200 с.
- 3.1.5. Примак Т.О. PR для менеджерів та маркетологів: навч. посіб. /Т. Примак. - К.: Центр учбової літератури, 2019. – 202 с.
- 3.1.6. Карпенко Н.В. Маркетингова діяльність підприємств:сучасний стан: монографія / Н. Карпенко. – К. : Центр учбової літератури, 2019. – 252 с.
- 3.1.7. Козак Ю.Г. Міжнародний маркетинг в питаннях та відповідях: навч. посіб. /Ю.Козак. - К.: Центр учбової літератури, 2019. – 302 с.
- 3.1.8. Мальська М.П. Основы маркетингу в туризмі : навч. посіб./ М.П. Мальська, Н. Л. Мандюк. - К.: Центр учбової літератури, 2017. – 336 с.
- 3.1.9. Кудла Н. Є. Маркетинг туристичних послуг : навч. посіб. / Н. Є. Кудла. – К.: Знання, 2012. – 351 с.

Додаткові рекомендовані джерела

- 3.1.10. Лук'янов В. О. Маркетинг туристичного бізнесу: навч. посіб. / В. О. Лук'янов, Г. Б Мунін. – К. : Кондор, 2015. – 336 с.
- 3.1.11. Леннон Дж. Дж. Управление индустрией туризма. Лучший опыт деятельности национальных организаций и агентств по туризму / Дж. Дж. Леннон, Х. Смит. – М.: ИДТ, 2014. – 272с.
- 3.1.12. Мальська М. П. Економіка туризму: теорія та практика: підручник. / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, С. В. Білоус, Н. Л. Мандюк. – К. : Центр учбової літератури, 2016. – 544 с.
- 3.1.13. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації: [Електронний ресурс] – режим доступу: www.unwto.org
- 3.1.14. Туристична бібліотека «Все про туризм»: [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://tourlib.net/transport.htm>
- 3.1.15. Офіційний сайт Всесвітнього Економічного Форуму [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.weforum.org>.
- 3.1.16. Офіційний сайт Міжнародного інституту менеджменту [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.imd.org/wcc/>
- 3.1.17. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
- 3.1.18. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http:// www.me.gov.ua/](http://www.me.gov.ua/).

	Система менеджменту якості. Робоча навчальна програма навчальної дисципліни «Маркетинг в туризмі»	Шифр документа	СМЯ НАУ РНП 15.01.02 – 01-2019
		Стор. 7 із 12	

3.2. Перелік наочних та інших навчально-методичних посібників, методичних матеріалів до ТЗН

№ пор.	Назва	Шифр тем за тематичним планом	Кількість
1	2	3	4
1.	Структурно – логічні схеми	1.1 -1.5, 2.1-2.5	6 прим.

	Система менеджменту якості. Робоча навчальна програма навчальної дисципліни «Маркетинг в туризмі»	Шифр документа	СМЯ НАУ РНП 15.01.02 – 01-2019
		Стор. 8 із 12	

4. РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАБУТИХ СТУДЕНТОМ ЗНАТЬ ТА ВМІНЬ

4.1. Оцінювання окремих видів виконаної студентом навчальної роботи здійснюється в балах відповідно до табл. 4.1.

Таблиця 4.1

Оцінювання окремих видів навчальної роботи студента

7 семестр				
Модуль №1		Модуль №2		Мак кількість балів
Вид навчальної роботи	Мак кіль-ть балів	Вид навчальної роботи	Мак кіль-ть балів	
Виконання та захист практичних робіт 1.1-1.6	18 (сумарна)	Виконання та захист практичних робіт № 2.1-2.8	18 (сумарна)	
Виконання індивідуальних завдань	4 (сумарна)	Захист домашнього завдання	4 (сумарна)	
<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №1 студент має набрати не менше 13,5 бал.</i>		<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №2 студент має набрати не менше 13,5 бал.</i>		
Виконання модульної контрольної роботи №1	8	Виконання модульної контрольної роботи №2	8	
Усього за модулем №1	30	Усього за модулем №2	30	
				40
				100


4.2. Виконані види навчальної роботи зараховуються студенту, якщо він отримав за них позитивну рейтингову оцінку (табл. 4.2).

4.3. Сума рейтингових оцінок, отриманих студентом за окремі види виконаної навчальної роботи, становить поточну модульну рейтингову оцінку, яка заноситься до відомості модульного контролю.

Таблиця 4.2

Відповідність рейтингових оцінок за окремі види навчальної роботи в балах оцінкам за національною шкалою

Рейтингова оцінка в балах				Оцінка за національною шкалою
Виконання та захист практичних робіт	Виконання індивідуального завдання	Захист домашнього завдання	Виконання модульної контрольної роботи	
17-18	4	4	8	Відмінно
14-16	3	3	6-7	Добре
11-13	2,5	2,5	5	Задовільно
менше 11	менше 2,5	менше 2,5	менше 5	Незадовільно

	Система менеджменту якості. Робоча навчальна програма навчальної дисципліни «Маркетинг в туризмі»	Шифр документа	СМЯ НАУ РНП 15.01.02 – 01-2019
		Стор. 9 із 12	

4.4. Сума поточної та контрольної модульних рейтингових оцінок становить підсумкову модульну рейтингову оцінку (табл.4.3), яка в балах та за національною шкалою заноситься до відомості модульного контролю.

Таблиця 4.3

Відповідність підсумкових модульних рейтингових оцінок в балах оцінкам за національною шкалою

Модуль №1	Модуль №2	Оцінка за національною шкалою
27-30	27-30	Відмінно
23-26	23-26	Добре
18-22	18-22	Задовільно
менше 18	менше 18	Незадовільно

4.5. Сума підсумкових модульних рейтингових оцінок у балах становить підсумкову семестрову модульну рейтингову оцінку, яка перераховується в оцінку за національною шкалою (табл. 4.4).

Таблиця 4.4

Відповідність підсумкової семестрової модульної рейтингової оцінки в балах оцінкам за національною шкалою

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою
54-60	Відмінно
45-53	Добре
36-44	Задовільно
менше 36	Незадовільно

Таблиця 4.5

Відповідність екзаменаційної рейтингової оцінки в балах оцінці за національною шкалою

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою
36-40	Відмінно
30-35	Добре
24-29	Задовільно
менше 24	Незадовільно

4.6. Сума підсумкової семестрової модульної та екзаменаційної рейтингових оцінок у балах становить підсумкову семестрову рейтингову оцінку, яка перераховується в оцінки за національною шкалою та шкалою ECTS (табл. 4.6).

	Система менеджменту якості. Робоча навчальна програма навчальної дисципліни «Маркетинг в туризмі»	Шифр документа	СМЯ НАУ РНП 15.01.02 – 01-2019
		Стор. 10 із 12	

Таблиця 4.6

**Відповідність підсумкової семестрової рейтингової оцінки в балах
оцінці за національною шкалою та шкалою ECTS**

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Пояснення
90-100	Відмінно	A	Відмінно (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
82-89	Добре	B	Дуже добре (вище середнього рівня з кількома помилками)
75-81		C	Добре (в загальному вірне виконання з певною кількістю суттєвих помилок)
67-74	Задовільно	D	Задовільно (непогано, але зі значною кількістю недоліків)
60-66		E	Достатньо (виконання задовольняє мінімальним критеріям)
35-59	Незадовільно	FX	Незадовільно (з можливістю повторного складання)
1-34		F	Незадовільно (з обов'язковим повторним курсом)

4.7. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка в балах, за національною шкалою та шкалою ECTS заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, навчальної картки та залікової книжки студента.

4.8. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка заноситься до залікової книжки та навчальної картки студента, наприклад, так: *92/Відм./А, 87/Добре/В, 79/Добре/С, 68/Задов./D, 65/Задов./E* тощо.

4.9. Підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни, яка викладається протягом одного семестру, дорівнює підсумковій семестровій рейтинговій оцінці. Зазначена підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни заноситься до Додатку до диплому.



(Ф 03.02 – 03)

АРКУШ ОБЛІКУ ЗМІН

№ змін	№ листа (сторінки)				Підпис особи, яка внесла зміну	Дата внесення зміни	Дата введення зміни
	Зміненого	Заміненого	Нового	Анульованого			

(Ф 03.02 – 32)

УЗГОДЖЕННЯ ЗМІН

	Підпис	Ініціали, прізвище	Посада	Дата
Розробник				
Узгоджено				
Узгоджено				
Узгоджено				