



СИЛАБУС навчальної дисципліни «Маркетинг в туризмі»

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Код і найменування спеціальності, тип і назва освітньої програми	242 Туризм Освітньо-професійна програма Туризм
Статус навчальної дисципліни	Вибіркова фахова навчальна дисципліна
Курс, семестр	3 курс, 5 семестр
Трудомісткість	120 годин, 4 кредити ЄКТС
Мова(и) викладання	Державна
ННІ / факультет, кафедра	Кафедра маркетингу
Контактні дані розробника(ів)	Викладач: Писаренко Володимир, д.е.н., професор Контакти: ауд. 471 (навчальний корпус 4) volodymyr.pysarenko@pdau.edu.ua сторінка викладача: https://www.pdau.edu.ua/people/pysarenko-volodymyr-viktorovych
та вивчення навчальної дисципліни	формування у майбутніх фахівців сучасної системи поглядів та спеціальних знань у галузі маркетингу, формування знань про маркетинг туризму, як основу формування туристичних дестинацій та інструмент підвищення прибутковості туристичного бізнесу. набуття практичних навичок щодо просування товарів на ринок з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємства
Компетентності	загальні: ЗК3. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. фахові: ФК 4. Здатність аналізувати діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління ФК 7. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту.
Результати навчання	ПР 7. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт. ПР 9. Організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм

	безпеки. ПР 20. Виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання.
Методи навчання	словесні методи – лекція, пояснення; наочні методи – ілюстрування; практичні методи – вправи, практичні роботи, робота з навчально-методичною літературою (конспектування, анотування); методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності: методи формування пізнавальних інтересів – метод відповідей на запитання і опитування думок здобувачів вищої освіти; методи стимулювання і мотивації обов'язку й відповідальності – роз'яснення мети навчальної дисципліни, оперативний контроль; інноваційні та інтерактивні методи навчання: інтерактивні методи – проєктування професійних ситуацій, кейс-метод; комп'ютерні, мультимедійні методи – використання мультимедійних презентацій; методи контролю і самоконтролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності: методи письмового контролю – контрольна робота (тестування); методи самоконтролю – самоаналіз.
Програма навчальної дисципліни	Тема 1. Сутність і зміст маркетингу в туризмі Тема 2. Комплекс маркетингу та його види Тема 3. Характеристика маркетингу Тема 4. Дослідження ринку туристичних послуг Тема 5. Маркетинг туристичних дестинацій Тема 6. Маркетингова цінова політика Тема 7. Маркетингова політика розподілу Тема 8. Комунікаційна політика Тема 9. Організація маркетингу на туристичному підприємстві Тема 10. Контроль маркетингової діяльності
Стратегія оцінювання результатів навчання	Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти під час вивчення тем курсу оцінюються у відповідності до наступних форм поточного та семестрового оцінювання: виконання практичного завдання, виконання завдань самостійної роботи (реферат, презентації). Форма семестрового контролю знань здобувачів вищої освіти згідно з робочим і навчальним планом – залік.
Політика навчальної дисципліни	<i>Дотримання принципів академічної доброчесності</i> Здобувачі вищої освіти повинні дотримуватися Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного контролю результатів навчання (для

осіб з особливими освітніми потребами – з урахуванням їх індивідуальних потреб і можливостей); посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної та наукової діяльності.

Письмові роботи перевіряються на наявність плагіату із коректними текстовими запозиченнями у межах встановлених норм. У разі виявлення факту плагіату здобувач вищої освіти не отримує бали за завдання і повинен виконати його повторно. Списування під час тестування заборонені. Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн занять. За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни здобувач вищої освіти отримує на занятті 0 балів та зобов'язаний відпрацювати таке заняття.

Умови відвідування занять

Відвідування занять є обов'язковим, окрім здобувачів вищої освіти, які навчаються в асинхронному режимі з застосуванням дистанційних технологій відповідно до Положення про організацію освітнього процесу з використанням технологій дистанційного навчання у Полтавському державному аграрному університеті. Організація освітнього процесу може здійснюватися за змішаною формою навчання або з використанням технологій дистанційного навчання, що забезпечує можливість реалізувати право здобувачів вищої освіти на якісну та доступну освіту відповідно до їх здібностей, інтересів, потреб, мотивації, можливостей та досвіду, незалежно від віку, місця проживання чи перебування, стану здоров'я, соціального і майнового стану, інших ознак і обставин, у тому числі тих, які об'єктивно унеможливають відвідування Університету.

Не дозволено запізнення на заняття, окрім випадків, пов'язаних з особливими умовами проведення занять під час воєнного стану (повітряні тривоги тощо) або іншими надзвичайними подіями.

Оцінювання результатів навчання

Усі завдання, передбачені робочою програмою, мають бути виконані у встановлений термін. Здобувачі вищої освіти, які навчаються з застосуванням дистанційних технологій, виконують усі передбачені робочою програмою види робіт відповідно до узгодженого з викладачем графіку. Практичні завдання, завдання зі самостійної роботи, які здаються з порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-

	20 %). При тестуванні для проходження кожного тесту дається дві спроби, як результат зараховується краща спроба. Можливості визнання результатів навчання, здобутих у неформальній та інформальній освіті Здобувачі вищої освіти мають право про визнання результатів навчання, набутих у неформальній / інформальній освіті. Набуття відповідних результатів навчання можливе після успішного опанування курсів (з документальним підтвердженням) на навчальних платформах Prometheus, Coursera і т.п.) та/або написання наукових статей, тез доповідей на науково-практичні конференції тощо. Особливості неформального / інформального навчання регламентовані Положенням про порядок визнання результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті, здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.
Передумови для вивчення навчальної дисципліни (за потреби)	Перелік дисциплін, які передують її вивченню відповідно до структурно-логічної схеми освітньо-професійної програми Туризм: Основи туризмознавства, Економіка туризму.
Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни (за потреби)	Робоча програма навчальної дисципліни, матеріали курсу в системі Moodle тощо.
Рекомендовані джерела інформації	Основні 1. Мальська М.П., Мандюк Н.Л. Основи маркетингу у туризмі. Київ, 2016. 358 с. 2. Косенко О.П. Маркетингова діяльність підприємства : Навчальний посібник; за заг. ред. Косенко О.П. Харків, НТУ «ХП». 2018. 1008с. 3. Писаренко В.В., Багорка М.О. Стратегічний маркетинг: навчальний посібник. Дніпро: Пороги, 2020. 240 с. URL: http://repository.hneu.ua/handle/123456789/18274. 4. Писаренко В.В., Шталь Т.В., Гуржій Н.Г., Мелушова І.Ю. Стратегічне управління збутовою діяльністю підприємств на міжнародному ринку: маркетингово-логістичний аспект: монографія. Харків: Видавництво «Лідер», 2017. 230 с. 5. Барабанова В. В. Маркетингові аспекти розвитку ринку туристичних послуг в Україні. Науковий вісник Полісся. 2018. № 2(2). С. 221-229. Додаткові 1. Антощенкова В.В. Сучасна маркетингова політика розподілу продукції підприємства: актуальність та перспективи. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені

	Петра Василенка. 2017. с. 77—84. 2. Жигло А. А., Угоднікова О. І. Порівняння специфіки та особливостей визначення поняття маркетингу та брендінгу у галузі туризму та готельного господарства. ScienceRise. 2017. № 7. С. 15-18. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/texs_2017_7_5 (дата звернення: 29.08.2023). 3. Забалдіна Ю. Б. Маркетинг туристичного підприємства: Навчальний посібник. Київ, 2002. 196 с. 4. Закон України «Про стимулювання розвитку регіонів». Проект Закону України. URL: http://www.rada.gov.ua (дата звернення: 19.07.2023). 5. Закон України «Про транскордонне співробітництво» від 24.06.2004 № 1861-IV. URL: www.rada.gov.ua (дата звернення: 03.05.2023). Інформаційні ресурси мережі Інтернет 1. Онлайн-Бібліотека. URL:http://www.twirpx.com/file/82805/. 2. Онлайн-Бібліотека URL:http://imanbooks.com/ 3. Офіційний сайт Національної бібліотеки України ім.В.І.Вернадського. URL: http://www/nbuv.gov.ua 4. Державна служба статистики. URL: http://www.ukrstat.gov.ua
Рік введення	2024 рік