

Код та назва дисципліни українською мовою / Код та назва дисципліни англійською мовою	1-106-3 Маркетинг туризму / 1-106-3 Tourism marketing
Рекомендується для галузі знань (спеціальності, освітньої програми)	Для спеціальностей усіх галузей знань
Кафедра	Географії
П.І.П. НПП (за можливості)	Доц. Грушка В.В.
Рівень ВО	Перший (бакалаврський) рівень
Курс, семестр (в якому буде викладатись)	2-3-4 курси
Мова викладання	українська
Пререквізити (передумови вивчення дисципліни)	Базові знання з географії
Чому це цікаво / треба вивчати	Туризм, є однією з провідних галузей світової економіки, вимагає від професіоналів не лише знань у сфері створення туристичного продукту, але й вміння ефективно реалізовувати його, залучаючи цільові аудиторії та адаптуючись до постійно змінюваних умов ринку. Знання функціонування інфраструктури туристичного ринку та розроблення маркетингової стратегії є фундаментальними для створення конкурентоспроможних пропозицій. Освоєння цих знань допомагає туристичним компаніям ефективніше розуміти своїх клієнтів, оптимізувати свої рекламні стратегії та стратегії продажів.
Перелік тем з дисципліни	1. Сутність, цілі та завдання маркетингу в туризмі 2. Особливості туристичного продукту та його просування на ринку 3. Маркетингове середовище туристичного підприємства 4. Поводження споживачів туристичних послуг: мотивація та поведінкові моделі 5. Сегментування туристичного ринку і позиціонування продукту 6. Маркетингові дослідження у сфері туризму 7. Ціноутворення на туристичні продукти: стратегічні підходи 8. Канали збуту та система дистрибуції туристичних послуг 9. Комунікаційна політика та реклама в туризмі 10. Інтернет-маркетинг і цифрові технології в просуванні туристичних послуг 11. Брендинг територій та імідж туристичних дестинацій 12. Маркетинг у внутрішньому та міжнародному туризмі 13. Оцінка ефективності маркетингової діяльності

	туристичних компаній 14. Етичні аспекти маркетингу в туризмі та захист прав споживачів
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	- розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт; - складати маркетингові програми, проекти туристичних організацій; - вміти проводити маркетингові дослідження в галузі туризму; - вміти організовувати реалізацію маркетингу по всіх його складових для задоволення потреб споживачів туристичних послуг; - формувати попит та просувати туристичні послуги на ринку за результатами маркетингових досліджень і рекламної діяльності; - аналізувати і розробляти оптимальний маркетингових комплекс туристичного підприємства з метою задоволення потреб туристів найефективнішим способом.
Очікувані результати навчання	Здобувач освіти повинен знати: основні поняття, принципи та функції маркетингу в туризмі; особливості туристичного продукту та поведінку споживачів туристичних послуг; методи сегментування ринку й позиціонування туристичного продукту; інструменти маркетингових комунікацій, реклами та брендингу в туризмі; сучасні цифрові технології у сфері туристичного маркетингу. Здобувач освіти повинен уміти: розробляти маркетингову стратегію для туристичного підприємства або дестинації; проводити маркетингові дослідження ринку туристичних послуг; аналізувати цільову аудиторію та формувати ефективні пропозиції; обирати канали просування та продажу туристичних продуктів; оцінювати ефективність маркетингових кампаній.
Інформаційне забезпечення	1. Маркетинг у туризмі: підручник / Н. Є. Летунівська, О. В. Люльов. – Суми : Сумський державний університет, 2020. – 270 с. 2. Мальська М. П. Основи маркетингу у туризмі. – К.: «Центр учбової літератури», 2016. – 336 с.
Види навчальних занять (лекції, практичні, семінарські, лабораторні заняття тощо)	Лекції, практичні (семінарські) заняття
Вид семестрового контролю	Диференційований залік
Максимальна кількість здобувачів	100 осіб

Декан факультету

Дмитро АРХІРЕЙСЬКИЙ