

РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра екології, географії та туризму

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

завідувач кафедри екології, географії
та туризму

_____ проф. Лико Д.В.

« ____ » _____ 2018 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОК20 «МАРКЕТИНГ У ТУРИЗМІ»

галузь знань 01 «освіта»

спеціальність 015 «Професійна освіта. Туристичне обслуговування»

Психолого-природничий факультет

Рівне 2018

Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетинг у туризмі» для студентів галузі знань 01 «освіта» спеціальності 015 «Професійна освіта. Туристичне обслуговування», 2018 року. – 12 с.

Розробники:

Лико Д.В., д. с.-г. н., професор кафедри екології, географії та туризму,

Якута О.О., старший викладач кафедри екології, географії та туризму

Робоча навчальна програма затверджена на засіданні кафедри екології, географії та туризму

Протокол від «29» серпня 2018 року № 10

Завідувач кафедри екології, географії та туризму

_____ (проф. Лико Д.В.)

1. Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетинг у туризмі».

Робоча програма навчальної дисципліни є нормативним документом закладу вищої освіти, який розробляється і затверджується у порядку, визначеному Положенням про організацію освітнього процесу в Рівненському державному гуманітарному університеті.

Основним призначенням робочої програми навчальної дисципліни є:

- ознайомлення здобувачів вищої освіти та інших учасників освітнього процесу зі змістом освіти, критеріями та засобами оцінювання результатів навчання тощо.

- встановлення відповідності змісту освіти освітній програмі та стандартам вищої освіти під час акредитації;

- встановлення відповідності при зарахуванні результатів навчання, отриманих в інших закладах освіти (академічна мобільність), за іншими освітніми програмами, у попередні роки (при поновленні на навчання), а також у неформальній та інформальній освіті.

2. Структура робочої програми навчальної дисципліни

У структурі робочої програми навчальної дисципліни передбачаємо наявність таких складників:

- загальна інформація: назва навчальної дисципліни, заклад вищої освіти, інститут (факультет), кафедра чи інший структурний підрозділ, який відповідає за дисципліну, освітня програма (для обов'язкових дисциплін) інформація про погодження та затвердження, мова навчання;

- розробник(и) - викладач чи викладачі, які розробили робочу програму;

- мета вивчення дисципліни;

- обсяг дисципліни в кредитах ЄКТС та його розподіл у годинах за формами організації освітнього процесу та видами навчальних занять (відповідно до ст. 50 Закону України «Про вищу освіту»);

- статус дисципліни: обов'язкова чи вибіркова. Статус обов'язкових мають дисципліни, що є обов'язковими хоча б для однієї освітньої програми;

- передумови для вивчення дисципліни, відповідно до формату, визначеного вченою радою вищого навчального закладу (наприклад, перелік дисциплін, які мають бути вивчені раніше, перелік раніше здобутих результатів навчання тощо);

- очікувані результати навчання з дисципліни;

- критерії оцінювання результатів навчання;

- засоби діагностики результатів навчання, зокрема, методи їх демонстрування;

- програма навчальної дисципліни: основні теми дисципліни, у тому числі (за наявності) теми практичних, семінарських та лабораторних занять, тематика індивідуальних та/або групових завдань;

- форми поточного та підсумкового контролю;

- інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна (за потребою);

- рекомендовані джерела інформації.

2.1. Структурний опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів — 3	Галузь знань <i>01 «Освіта»</i>	<i>Обов'язкова</i>	
Модулів — 2	Спеціальність <i>015 «Професійна освіта. Туристичне обслуговування»</i>	Рік підготовки:	
Змістових модулів — 7		3-й	3-й
		Семестр	
		6-й	6-й
		Лекції	
	16 год	4 год	
	Практичні		
	20 год.	6 год.	
Загальна кількість годин – 90	Освітній ступінь: <i>бакалавр</i>	Самостійна робота	
Тижневих годин для денної форми навчання:		54 год.	80 год.
аудиторних – 2		Індивідуальні завдання:	
самостійної роботи студента – 3		12 год	
	Вид контролю: залік		

Примітка. Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить :

- для денної форми навчання – 40 % : 60%;
- для заочної форми навчання – 10% : 90%.

2.2. Мета навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Маркетинг у туризмі» є формування у студентів системи знань про закономірності розвитку маркетингу в туристичній індустрії, особливості системи маркетингу підприємства туристичного сервісу, процеси оперативного та стратегічного управління маркетингом туризму.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Маркетинг у туризмі» є: ознайомлення студентів з відповідними поняттями, категоріями, системами та алгоритмами маркетингу в туризмі; відпрацювання практичних навичок розв'язування маркетингових завдань та виконання відповідних функцій; виховання здатності до творчого пошуку напрямків та резервів удосконалення маркетингової діяльності туристичних підприємств.

Згідно з освітньо-професійною програмою у результаті вивчення навчальної дисципліни «Маркетинг у туризмі» студент повинен володіти наступними **компетенціями**:

загальними:

- ознайомлення студентів з відповідними поняттями, категоріями, системами та алгоритмами маркетингу в туризмі;
- відпрацювання практичних навичок розв'язування маркетингових завдань та виконання відповідних функцій;
- виховання здатності до творчого пошуку напрямків та резервів удосконалення маркетингової діяльності туристичних підприємств;
- уміння працювати автономно і в команді.

фаховими:

- здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації;
- здатність діяти у правовому полі, керуватися нормами законодавства;
- уміння працювати з документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом туристичного бізнесу.

Засвоєння курсу «Маркетинг у туризмі» студентами базується на знаннях, отриманих під час вивчення таких дисциплін як "Психологія", "Математична статистика", "Рекреаційна географія", "Екологія", "Організація рекреаційних послуг", "Основи маркетингу", "Рекреалогія", "Менеджмент туризму".

Програма навчальної дисципліни

Модуль 1. Особливості маркетингу в туристичній індустрії

Тема 1. Концепція маркетингу в туризмі. Сутність і зміст маркетингу в туризмі. Рівні і координація маркетингу в туризмі. Основні умови використання і принципи маркетингу в туризмі. Технологія реалізації концепції маркетингу на туристичному підприємстві.

Тема 2. Маркетингове дослідження туристичного ринку та туристичного продукту. Структура туристичного ринку. Оцінка кон'юнктури туристичного ринку. Визначення місткості ринку. Структура туристичного продукту.

Тема 3. Маркетингове дослідження конкурентів та споживачів туристичних послуг. Елементи аналізу конкурентів. Побудова конкурентної карти ринку. Фактори, що впливають на споживачів туристичних послуг. Мотиви поведінки споживачів. Оцінка рівня задоволеності (незадоволеності) споживачів.

Тема 4. Управління маркетинговою діяльністю туристичного підприємства. Розробка маркетингової стратегії туристичного підприємства. Організація маркетингу на туристичному підприємстві. Система маркетингового контролю.

Модуль 2. Система маркетингу туристичного підприємства

Тема 5. Формування товарної політики туристичного підприємства. Оптимізація асортименту турпродуктів. Нові продукти в маркетинговій діяльності. Основні етапи розробки продукту-новинки. Впровадження нового туристичного продукту на ринок.

Тема 6. Цінова політика туристичного підприємства. Особливості ціноутворення в туристичному маркетингу. Формування ціни на туристичну послугу. Методи ціноутворення.

Тема 7. Маркетингова комунікаційна політика туристичного підприємства. Маркетингова політика комунікацій туристичного підприємства. Цільові аудиторії комунікацій. Розробка комунікаційної стратегії. Визначення адресату і цілей комунікацій.

Тема 8. Фірмовий стиль туристичного підприємства. Основні поняття і цілі формування фірмового стилю. Елементи фірмового стилю. Носії фірмового стилю. Товарний знак

Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин							
	денна форма				заочна форма			
	усього	у тому числі			усього	у тому числі		
		л	п	с р		л	п	с р
1	2	3	4	6	7	8	9	11
Модуль 1. Особливості маркетингу в туристичній індустрії								
Тема 1. Концепція маркетингу в туризмі.	6	2	-	4				
Тема 2. Маркетингове дослідження туристичного ринку та туристичного продукту.	8	2	2	4				
Тема 3. Маркетингове дослідження конкурентів та споживачів туристичних послуг.	8	2	2	4				
Тема 4. Управління маркетинговою діяльністю туристичного підприємства.	14	2	4	8				
Усього годин за М1	36	8	8	20				
Модуль 2. Система маркетингу туристичного підприємства								
Тема 5. Формування товарної політики туристичного підприємства.	12	2	4	6				
Тема 6. Цінова політика туристичного підприємства.	14	2	4	8				
Тема 7. Маркетингова комунікаційна політика туристичного підприємства.	14	2	2	10				
Тема 8. Фірмовий стиль туристичного підприємства.	14	2	2	10				
Усього годин за М2	54	8	12	34				
Усього	90	16	20	54				

Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Маркетингове дослідження туристичного ринку та туристичного продукту	2
2.	Маркетингове дослідження конкурентів та споживачів туристичних послуг	2
3.	Сегментація ринку	2
4.	Управління маркетинговою діяльністю туристичного підприємства	2
5-6.	Розрахунок ефективності розробки нового туру	4
7.	Цінова політика туристичного підприємства	2
8.	Збутова політика туристичного підприємства	2
9.	Комплекс комунікацій	2
10.	Фірмовий стиль туристичного підприємства	2

Самостійна робота

Самостійна робота є основним засобом засвоєння студентом навчального матеріалу у час, вільний від обов'язкових навчальних занять.

Самостійна робота студента над засвоєнням навчального матеріалу з навчальної дисципліни може виконуватися у бібліотеці, навчальних кабінетах, лабораторіях і комп'ютерних класах, а також у домашніх умовах та передбачає:

- вивчення лекційного матеріалу з теми;
- опрацювання літератури з теми;
- підготовку до практичних робіт;
- підготовку до самостійних робіт;
- роботу в глобальній комп'ютерній мережі Інтернет.

Перелік завдань для самостійної роботи студентів

Тема 1. Концепція маркетингу в туризмі (4 год.)

1. Маркетинг туризму на національному рівні
2. Сучасні тенденції розвитку маркетингу туристичних підприємств

Тема 2. Маркетингове дослідження туристичного ринку та туристичного продукту (4 год.)

1. Методичні основи маркетингових досліджень
2. Оцінка місткості туристичного ринку
3. Життєвий цикл туристичного продукту

Тема 3. Маркетингове дослідження конкурентів та споживачів туристичних послуг (4 год.)

1. Конкурентне середовище туристичного підприємства
2. Орієнтація на споживача - основний принцип маркетингу

Тема 4. Управління маркетинговою діяльністю туристичного підприємства (8 год.)

1. Види маркетингових стратегій
2. Розробка програми маркетингу
3. Бюджет маркетингу

Тема 5. Формування товарної політики туристичного підприємства (6 год.)

1. Якість та конкурентоспроможність туристичної послуги
2. Фізичне оточення ("упаковка") туристичної послуги

Тема 6. Цінова політика туристичного підприємства (8 год.)

1. Ціна в комплексі маркетингу туристичного підприємства
2. Цінові стратегії на ринку туристичних послуг

Тема 7. Маркетингова комунікаційна політика туристичного підприємства (10 год.)

1. Засоби розповсюдження туристичної реклами
2. Виставки і ярмарки
3. Пропаганда в комплексі маркетингових комунікацій

Тема 8. Фірмовий стиль туристичного підприємства (10 год.)

1. Сервісне обслуговування — інструмент маркетингу
2. Класифікація сервісного обслуговування покупців товарів
3. Стандарти обслуговування

Методичне забезпечення

1. Робоча програма з дисципліни «Маркетинг у туризмі».
2. Конспект лекцій з дисципліни «Маркетинг у туризмі».
3. Методичні вказівки до виконання практичних робіт з дисципліни «Маркетинг у туризмі».
4. Методичні вказівки до виконання самостійної роботи.

2.3. Результати навчання.

Формулювання результатів навчання для обов'язкових дисциплін має базуватися на результатах навчання, визначених відповідною освітньою програмою (програмних результатах навчання) та деталізувати їх.

Формулювання результатів навчання мають зазначати рівень їхньої сформованості, наприклад, через його достатність для вирішення певного класу завдань професійної діяльності та/або подальшого навчання за освітньою програмою.

Нормативний зміст за стандартом вищої освіти України підготовки бакалавра передбачає наступні програмні результати навчання:

- виявляти і пояснювати принципи і методи організації та технології обслуговування туристів;

- розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт;
- розуміння принципів і процесів щодо організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна).

2.4. Критерії оцінювання.

Критерієм успішного проходження здобувачем освіти підсумкового оцінювання може бути досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом навчання навчальної дисципліни;

Мінімальний пороговий рівень оцінки варто визначати за допомогою якісних критеріїв і трансформувати його в мінімальну позитивну оцінку використовуваної числової (рейтингової) шкали.

Поточний контроль знань здійснюється шляхом опитування перед виконанням та при захисті практичних робіт, написанні комплексних контрольних і ректорських контрольних робіт.

Контроль за виконанням самостійної та аудиторної індивідуальної роботи забезпечується заслуховуванням звітів та написання контрольної роботи.

Підсумковий контроль проводиться у формі заліку.

Реалізуються ці види контролю за допомогою методів комп'ютерного тестування.

Розподіл балів, які отримують студенти

Приклад для іспиту

Поточне тестування та самостійна робота										Підсумковий іспит	Сума
Змістовий модуль 1		Змістовий модуль 2		Змістовий модуль 3		Змістовий модуль 4	Змістовий модуль 5			40	100
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8				
5	5	5	5	10	10	5	5				

T1, T2... T8 — теми змістових модулів.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90–100	A	відмінно	зараховано
82–89	B	добре	
74–81	C		
64–73	D	задовільно	
60–63	E		
35–59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0–34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

2.5. Засоби оцінювання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання є:

- підсумковий залік;
- стандартизовані тести;
- написання ректорських та комплексних контрольних робіт (ККР);
- презентації результатів виконаних індивідуальних, самостійних та практичних завдань;
- виконані та захищені завдання на практичних заняттях.

3. Розроблення та затвердження робочої програми

Робоча програма навчальної дисципліни має розроблятися як окремий документ в електронній або паперовій формі і зберігатися у визначеному закладом вищої освіти порядку. Робоча програма вибіркової навчальної дисципліни має бути доступна здобувачам освіти на момент здійснення вибору дисциплін на наступний семестр (навчальний рік).

Робоча програма навчальної дисципліни має затверджуватись у порядку, визначеному Положенням про організацію освітнього процесу в закладі вищої освіти (наприклад, кафедрою, що відповідає за викладання відповідної дисципліни, групою забезпечення освітньої програми або іншим органом (посадовою особою), визначеним закладом вищої освіти).

4. Рекомендована література

1. Закон України “Про курорти” // Вісник Верховної Ради України. - 2000. - № 50.
2. Закон України “Про туризм” // Вісник Верховної Ради України. - 1995. - № 31.
3. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: [Навчальний посібник] / Л.Г. Агафонова, О.Є. Агафонова. - К.: Знання України, 2002. - 358 с
4. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти)/ О.О. Любіцева. - К.: Альтерпрес, 2002. - 436 с.
5. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу: [Навч. посібник] / М.П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух - К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 272 с.
6. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: [Навч. посібник] / Л.І. Нечаюк, Н.О. Телеш. - К.: Центр навчальної літератури, 2003. - 348 с.
7. Правик Ю.М. Маркетинг туризму: [підручник] / Ю.М. Правик. - К.: Знання, 2008. - 303 с.
8. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії: [Навчальний посібник] / І.М. Школа - Чернівці: ЧТЕІ КНЕУ, 2003. - 662 с.
9. Забалдіна Ю. Б. Маркетинг туристичного підприємства: Навчальний посібник. - К.: Музична Україна, 2002. - 196 с.
10. Маркетинг в туризмі: Учеб. пособие / А. П. Дурович. - 4-е изд., стереотип. - Минск: Новое знание, 2004. - 496 с.
11. Мунін Г. Б., Тимошенко З. І., Самарцев Є. В., Змійов А. О. Маркетинг туризму: Навч. Посібник. - Ч. І. - К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2005. - 324 с.
12. Мунін Г. Б., Тимошенко З. І., Самарцев Є. В., Змійов А. О. Маркетинг туризму: Навч. Посібник. - Ч. ІІ. - К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2005. - 427 с.

Інформаційні ресурси

Бібліотеки:

1. РДГУ:

абонемент №1 – м. Рівне, вул. Пластова, 31,

абонемент №2 – м. Рівне, вул. Толстого, 3,

абонемент №3 – м. Рівне, вул. Пластова, 41;

2. Обласна наукова – м. Рівне, майдан Короленка, 6,

3. Міська – м. Рівне, вул. Київська, 44,

4. Сайт Міністерства екології та природних ресурсів України
<https://menr.gov.ua/>

5. Сайт кафедри екології, географії та туризму РДГУ <https://kegt-rshu.in.ua/>.