

Опис навчальної дисципліни вільного вибору

Дисципліна	Вибіркова дисципліна 11 «Маркетинг туризму»
Рівень ВО	перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	075 «Маркетинг»/Маркетинг
Форма навчання	денна
Курс, семестр, протяжність	4 (8 семестр), 5 кредитів ЄКТС
Семестровий контроль	залік
Обсяг годин (всього: з них лекції/практичні)	150 год, з них: лекц. – 30 год, практ. – 24 год
Мова викладання	українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	підприємництва і маркетингу
Автор дисципліни	Кандидат економічних наук, доцент кафедри підприємництва і маркетингу Данилюк Тетяна Іллівна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Знання основ економічної теорії, економічних законів розвитку, основ маркетингу, менеджменту та маркетингу у сферах діяльності.
Що буде вивчатися	Вивчається стан основних проблем науки маркетинг туризму; предмет, суть та значення маркетингу туризму; принципи, моделі та способи організації роботи відділу маркетингу на підприємстві туристичної сфери; сутність маркетингової товарної політики підприємства туристичної сфери; сутність маркетингової цінової політики підприємства туристичної сфери; сутність маркетингової збутової політики підприємства туристичної сфери; сутність маркетингової політики комунікацій підприємства туристичної сфери; контроль маркетингової діяльності на підприємстві туристичної сфери; основи дослідження і проектування організаційних систем для раціональної організації діяльності підприємства туристичної сфери.
Чому це цікаво/треба вивчати	В основі має місце торгівля як послугами, так і товарами, а також особливий характер споживання туристичних послуг і товарів на місці їх виробництва.

Чому можна навчитися (результати навчання)	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
Інформаційне забезпечення та/або web-покликання	Використання інформаційного пакету навчально-методичних матеріалів в системі управління навчанням Moodle ВНУ імені Лесі Українки та авторських розробок
Здійснити вибір	<u>«ПС-Журнал успішності-Web»</u>