

Назва дисципліни	« <i>Маркетинг в туризмі</i> »
Інформація про факультети (навчально-наукові інститути) і курси навчання, студентам яких пропонується вивчати цю дисципліну	факультет МЕН і ТБ. Цільова аудиторія – студенти 3–4 курсів.
Контактні дані розробників робочої програми навчальної дисципліни, науково-педагогічних працівників, залучених до викладання	Кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туристичного бізнесу та країнознавства Євтушенко О.В. 61022, Харків, майдан Свободи, 6, північний корпус, 3 поверх, каб. 366; тел. (057) 707-53-06. електронна адреса кафедри: turbiz@karazin.ua).
Попередні умови для вивчення дисципліни	Вивчення дисципліни передбачає попереднє засвоєння кредитів з таких дисциплін, як: «Основи наукових досліджень», «Сфера послуг», «Економічна теорія»
Опис	<p>Мета дисципліни. глибоке засвоєння студентами основних напрямів практичної маркетингової діяльності на туристичному ринку, опануванні ними сучасних методик проведення маркетингових досліджень, що застосовуються туристичними підприємствами і організаціями, аналізу маркетингового середовища, розробки ефективної продуктової, цінової, збутової та комунікаційної політики туристичних підприємств і організацій.</p> <p>Очікувані результати навчання. студенти повинні досягти таких результатів навчання: отримати комплекс компетенцій, що дозволять:</p> <ul style="list-style-type: none"> • кваліфіковано і продуктивно проводити при виконанні своїх професійних обов’язків комплексні маркетингові дослідження, • діагностувати стан маркетингового середовища туристичних підприємств і організації та тенденції розвитку туристичного ринку, • аналізувати і розробляти оптимальний маркетинговий комплекс туристичного підприємства з метою задоволення потреб туристів ефективнішим, ніж конкуренти способом. <p>Теми аудиторних занять та самостійної роботи Заплановано 8 (вісім) тем, які вивчаються протягом 60 годин аудиторних занять (30 год. – лекції, 30 год. – семінарські (практичні) заняття).</p> <p><i>Тема № 1. Теоретичні засади маркетингу (Лекцій – 3 год., Сем. – 3 год.)</i></p> <p><i>Тема № 2. Особливості та перспективи розвитку маркетингу в туризмі (Лекцій – 3 год., Сем. – 3 год.)</i></p> <p><i>Тема № 3. Технологія маркетингових досліджень в туризмі (Лекцій – 4 год., Сем. – 4 год.)</i></p> <p><i>Тема № 4. Маркетингові дослідження в туристичних підприємствах і організаціях (Лекцій – 4 год., Сем. – 4 год.)</i></p>

Тема № 5. Маркетингова продуктова політика туристичного підприємства. (Лекцій – 4 год., Сем. – 4 год.)

Тема № 6. Маркетингова цінова політика

туристичного підприємства. (Лекцій – 4 год., Сем. – 4 год.)

Тема № 7. Маркетингова політика збуту туристичного продукту. (Лекцій – 4 год., Сем. – 4 год.)

Тема № 8. Політика маркетингових комунікацій туристичних підприємств і організацій. (Лекцій – 4 год., Сем. – 4 год.)

Методи контролю результатів навчання

поточний контроль здійснюється у формі усних відповідей на семінарських заняттях; письмового експрес-контролю; тестових завдання; виконання творчих завдань; розв'язування ситуаційних задач; виконання індивідуальної семестрової роботи. Підсумковий контроль – у формі написання та захисту курсової роботи та складання екзамену.

Мова викладання. українська