



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА»

Компонента освітньої програми – обов'язкова (5 кредитів)

Освітньо-професійна програма	Готельно-ресторанний сервіс та туроперейтинг
Спеціальність	242 Туризм і рекреація
Галузь знань	24 Сфера обслуговування
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Мова навчання	українська
Профайл викладача (-ів)	доц. Король Олександр Дмитрович, завідувач кафедри географії та менеджменту туризму, доктор географічних наук, доцент https://geotour.chnu.edu.ua/pro-kafedru/spivrobitnyky/korol-oleksandr-dmytrovych/
Контактний тел.	+380505367955
E-mail:	o.korol@chnu.edu.ua
Сторінка курсу в Moodle	https://moodle.chnu.edu.ua/enrol/index.php?id=302
Консультації	за графіком консультацій викладачів на сайті: https://geotour.chnu.edu.ua/studentu/navchalnyi-protses/rozklad-zaniat-i-sesii/

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета навчальної дисципліни полягає у формуванні знань про забезпечення ефективних продажів туристичних і готельно-ресторанних послуг через дослідження туристичного ринку і пропозиції на ньому адекватного комплексу маркетингу.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

МОДУЛЬ 1.	
Тема 1	Історія становлення, зміст і завдання маркетингу туризму та готельно-ресторанного сервісу.
Тема 2	Потреби та теорії мотивацій, туристичні потреби та їх класифікація.
Тема 2	Поняття туристичний попит і попит на готельно-ресторанні послуги. Споживча поведінка на ринку, закон попиту, еластичність і чинники попиту.
Тема 4	Чинники туристичного попиту: ціна на послуги і товари субституту; доходи споживачів, вільний час; ментальний і демографічний чинники. Їхній вплив на попит на готельно-ресторанні послуги.
Тема 5	Поняття та оцінка ринку туризму та сфери гостинності. Типи ринків і конкуренція. Сегментація ринку туризму та сфери гостинності.
Тема 6	Сегментація за географічними, соціально-демографічними та психологічно-поведінковими ознаками, відбір цільових сегментів,

	закріплення позиції в сегменті.
МОДУЛЬ 2.	
Тема 7	Поняття туристичний продукт, готельно-ресторанні послуги у його складі. Класифікація туристичного продукту за видами та формами туризму. Класифікація готельно-ресторанних закладів за спеціалізацією та рівнем обслуговування.
Тема 8	Життєвий цикл та управління асортиментом туристичних продуктів і готельно-ресторанних послуг.
Тема 9	Поняття ціни, структура та види цін в туризмі та готельно-ресторанному сервісі. Цілі та методи ціноутворення.
Тема 10	Ціноутворення: визначення попиту. Оцінка рівня витрат, структура вартості туристичного продукту і готельно-ресторанних послуг, та норма прибутку. Аналіз цін конкурентів.
Тема 11	Маркетингова збутова стратегія. Поняття каналу збуту, його учасники та рівні в туризмі та сфері гостинності. Вертикальні маркетингові системи (ВМС). Агентська угода. Франчайзинг. Керовані ВМС. Горизонтальна маркетингова система.
Тема 12	Функція просування, цільова аудиторія та бажана реакція, канали особистої та неособистої комунікації.
Тема 13	Реклама в туризмі та сфері гостинності, засоби та зміст реклами. Охоплення. Частота. Сила рекламного впливу. Періодичність рекламних звернень.
Тема 14	Стимулювання збуту. Паблік рилейшнз і Пабліситі. Особистий продаж туристичного продукту та готельно-ресторанних послуг.

ФОРМИ, МЕТОДИ ТА ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ

Під час викладання даної навчальної дисципліни використовуються такі методи навчання:

- лекція, аналіз, пояснення, проблемна ситуація, консультація;
- дослідна робота та метод проекту;
- презентації, відеоматеріали;
- електронне та інтерактивне онлайн-навчання (Moodle, Google Meet);
- самостійна робота за програмою навчальної дисципліни.

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Методами оцінювання та демонстрування результатів є:

- стандартизовані тести;
- контрольні роботи;
- усне опитування;
- захист і презентація результатів виконаних практичних завдань (наскрізні проекти; індивідуальні та командні проекти; дослідницько-творчі та ін.);
- доповідь із презентацією з теоретичних питань.

Форми поточного контролю:

- усна (відповідь студента по теорії щодо виконання практичних завдань);

- захист і презентації результатів виконаних практичних завдань;
- письмова (тестування).

Форма підсумкового контролю: іспит (тестування).

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Критерієм успішного проходження здобувачем освіти підсумкового оцінювання може бути досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом навчання навчальної дисципліни, які варто визначати за допомогою числової (відсоткової) шкали оцінювання знань і трансформувати в оцінку використовуваної рейтингової шкали у кількості балів, що виділяються для кожного запланованого результату навчання навчальної дисципліни.

Критерії оцінювання за основними видами робіт – [завантажити >>>](#)

ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Поточний та підсумковий контроль передбачає дотримання правил академічної доброчесності відповідно до «Етичного кодексу Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича» (<https://www.chnu.edu.ua/media/xe1lulcg/etychnyi-kodeks-chernivetskoho-natsionalnoho-universytetu.pdf>) та «Правил академічної доброчесності у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича» (<https://www.chnu.edu.ua/media/fdud03f4/pravyla-akademichnoi-dobrochesnosti.pdf>).

Порушенням академічної доброчесності з боку здобувача вищої освіти вважається списування. Згідно з частиною 6 статті 42 Закону України «Про освіту»: «За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності:

- ✓ повторне проходження оцінювання (контрольна робота, іспит, залік тощо);
- ✓ повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми;
- ✓ відрахування із закладу освіти.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Король О.Д. Основи туристського маркетингу. Чернівці: Рута, 2021. 140 с.
2. Кудла Н.Є. Маркетинг туристичних послуг. Київ: Знання, 2011. 351 с.
3. Полінкевич О. М. Маркетинг туризму та готельно-ресторанної справи: навч. посібник. Луцьк : ЛНТУ, 2022. 288 с.

*Детальна інформація щодо вивчення курсу
«Маркетинг туризму і готельно-ресторанного господарства»
висвітлена у робочій програмі навчальної дисципліни*

https://geotour.chnu.edu.ua/media/wiuihgn/ok30_marketynh_turyzmu_ta_hrs.pdf