



**Силабус навчальної дисципліни**  
**«Міжнародний маркетинг на ринку туристичних послуг»**

Спеціальність	075 Маркетинг
Освітня програма	Маркетинг
Освітній рівень	третій (освітньо-науковий)
Статус дисципліни	Вибіркова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	1 курс, 2 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	5 кредитів
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 20 год. Практичні (семінарські) – 20 год. Самостійна робота – 110 год.
Форма підсумкового контролю	Залік
Кафедра	Маркетингу, м. Харків, просп. Науки, 9а, 1 корпус, 4 пов., кімн. 413, +38 (057) 702-02-65 (366), <a href="http://www.eim.hneu.edu.ua">http://www.eim.hneu.edu.ua</a>
Викладач (-і)	Алдошина Марія Володимирівна, к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та туристичного бізнесу
Контактна інформація викладача (-ів)	Алдошина М. В. mariyaldo.88@gmail.com
Дні занять	Лекція : <a href="#">згідно діючого розкладу занять</a> Практичні : <a href="#">згідно діючого розкладу занять</a>
Консультації	На кафедрі маркетингу, очні, відповідно до графіку консультацій, індивідуальні, чат в ПНС

**Метою** викладання навчальної дисципліни «Міжнародний маркетинг на ринку туристичних послуг» є формування системи теоретичних знань, компетентностей, прикладних вмінь та навичок необхідних для здійснення маркетингової діяльності в туристичній індустрії.

**Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни**

<b>Пререквізити</b>	<b>Постреквізити</b>
Маркетинг взаємовідносин з партнерами	Соціальний маркетинг

**Зміст навчальної дисципліни**

**Змістовий модуль 1. Маркетинг туризму як концепція розвитку туристичних підприємств в умовах ринкової інтеграції**

**Тема 1. Сутність та особливості туристичного маркетингу**

**Тема 2. Маркетингові дослідження в туризмі**

**Тема 3. Сегментація ринку і формування маркетингової стратегії туристичного підприємства**

**Тема 4. Сутність маркетингового комплексу для туристичних підприємств.**

**Змістовий модуль 2. Комплекс маркетингових комунікацій у системі ринкової діяльності туристичного підприємства.**

**Тема 5. Комплекс маркетингових комунікацій у туризмі**

**Тема 6. Ринок маркетингових комунікацій в Україні та світі.**

**Тема 7. Міжнародна реклама в туризмі**

**Тема 8. Брендинг як інструмент маркетингових комунікацій в туризмі**

**Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни**

ПНС ХНЕУ ім.С.Кузнеця <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=5713>, ZOOM



### **Форми та методи оцінювання**

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, практичних (семінарських) занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль, який проводиться у формі диференційованого заліку.

Максимально можлива кількість балів за поточний контроль упродовж семестру для дисципліни форма контролю якої залік – 100 та мінімально можлива кількість балів – 60.

Поточний контроль включає наступні контрольні заходи: завдання за темами; поточні контрольні роботи; презентації за темами та написання есе.

***Більш детальна інформація щодо системи оцінювання та накопичування балів з навчальної дисципліни наведена у робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.***

### **Політики навчальної дисципліни**

Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво, необ'єктивне оцінювання. За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти притягуються до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання відповідного виду навчальної роботи

***Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни. ([ПОСИЛАННЯ](#))***