



Силабус навчальної дисципліни
«Міжнародний маркетинг на ринку туристичних послуг»

Спеціальність	242 «Туризм»
Освітня програма	Туризм
Освітній рівень	третій (освітньо-науковий)
Статус дисципліни	Вибіркова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	1 курс, 2 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	5
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 20 год. Практичні (семінарські) – 20 год. Самостійна робота – 110 год.
Форма підсумкового контролю	Залік
Кафедра	Туризму, проспект Науки 9-А, м. Харків, 1-ий корпус, ауд. 316. Тел. 38(057)758-77-26 (дод. 451) http://tourism.hneu.edu.ua
Викладач (-і)	Алдошина Марія Володимирівна, доцент кафедри туризму, кандидат економічних наук
Контактна інформація викладача (-ів)	mariyaldo.88@gmail.com
Дні занять	Згідно діючого розкладу занять
Консультації	Відповідно до графіку
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.	
Передумови для навчання «Менеджмент та маркетинг в туризмі», «Маркетингові комунікації в туристичній діяльності», «Дослідження світового та регіональних туристичних ринків», «Крос-культурні комунікації»	
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.	
Тема 5. Маркетинг персоналу як стратегічний інструмент управління трудовими ресурсами на туристичних підприємствах	
Тема 6. Специфіка міжнародного маркетингу в Україні для організацій і підприємств туристичної галузі	
Змістовий модуль 2. Комплекс маркетингових комунікацій у системі ринкової діяльності туристичного підприємства.	
Тема 7. Комплекс маркетингових комунікацій у туризмі	
Тема 8. Ринок маркетингових комунікацій в Україні та світі.	
Тема 9. Міжнародна реклама в туризмі	
Тема 10. Брендинг як інструмент маркетингових комунікацій в туризмі	
Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни (за необхідності)	
Сторінка курсу на платформі Moodle (персональна навчальна система)	РНПД, Технологічна карта, лекції, завдання для практичних занять, інформаційні матеріали, завдання для перевірки знань. https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=5713



Рекомендовані джерела

Основна:

1. Закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 № 271/96-ВР.
2. Kotler P. Marketing for Hospitality and Tourism / Philip T. Kotler, John R. Bowen, James Makens 6th edition. - Pearson Education, 2013. – 683 p.
3. Сущенко О. А. Маркетингові комунікації в туристичній діяльності [Електронний ресурс] : навчальний посібник / О. А. Сущенко, К. Г. Наумік-Гладка, М. В. Алдошина. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. – 218 с.

Додаткова:

4. Алдошина М.В. Особливості маркетингових комунікацій на рекламнокорунікаційному ринку України / М.В. Алдошина // Проблеми економіки. – Харків: Видавничий дім «ІНЖЕК», 2013. – № 1. – С. 62-68.
5. Алдошина М.В., Брусільцева Г.М. Крос-культурні комунікації в галузі туризму в умовах глобалізації / М.В. Алдошина, Г.М. Брусільцева // Бизнес Інформ. – 2014. – №3 – С. 197–202.
6. Алдошина М.В., Наумік-Гладка К.Г. Маркетинг персоналу як стратегічний інструмент управління трудовими ресурсами на туристичних підприємствах / М.В. Алдошина, К.Г. Наумік-Гладка // Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика : Матеріали Міжнародної наук.-прак. конференції 26-27 березня 2015р. . – Харків: ВД «ІНЖЕК», 2015.– С. 276–279.
7. Міжнародний маркетинг : підручник / за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 448 с.
8. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг) : монографія / А.А. Мазаракі, Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.екон. ун-т, 2013. – 388 с.
9. Kotler P., Kevin K.L. Marketing management / P. Kotler, K.L. Kevin. – 20212. – 14th ed. – 812 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://socioline.ru/files/5/283/kotler_keller_marketing_management_14th_edition.pdf

Інформаційні ресурси:

10. Всеукраїнська рекламна коаліція [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://vrk.org.ua/>.
11. Офіційний сайт Індексу національних брендів Саймона Анхольта [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://goodcountry.org/index/overall-rankings?p=overall>.
12. Міжнародний маркетинг на ринку туристичний послуг (ПНС курс). – Режим доступу: <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=5713>.

Система оцінювання результатів навчання

Система оцінювання включає поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення лекційних, практичних, семінарських, лабораторних занять і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума — 100 балів); підсумковий/семестровий контроль, що проводиться у формі підсумкової контрольної роботи як залік з ініціативи викладача з урахуванням поточного контролю за відповідний змістовий модуль і має на меті інтегровану оцінку результатів навчання здобувача після вивчення матеріалу з логічно завершеної частини дисципліни — змістового модуля (максимальна сума — 40 балів). Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в технологічній карті дисципліни.

Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни

Види навчальної роботи	Мак кількість балів
Лекції	10
Практичні заняття	10
Завдання за темами (презентації)	20
Письмова контрольна робота	20
Комплексне компетентнісно-орієнтоване завдання	30
Наукова робота	10
Максимальна кількість балів	100



**Відповідність шкали оцінювання ЄКТС національній системі оцінювання
та ХНЕУ ім. С. Кузнеця**

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену (іспиту), диференційованого заліку, курсowego проекту (роботи), практики, тренінгу	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D		
60 – 63	E	задовільно	не зараховано
35 – 59	FX	незадовільно	
1 – 34	F		

Політики навчальної дисципліни

Під час вивчення даної дисципліни обов'язковим є дотримання політики дотримання академічної доброчесності, політики щодо пропусків занять та політики щодо виконання завдань пізніше встановленого терміну.

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни.

Силабус затверджено на засіданні кафедри туризму «08» вересня 2020 р. Протокол №2