



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 кредитів
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 20 год. Практичні (семінарські) – 20 год. Самостійна робота – 110 год.
Форма підсумкового контролю	Залік
Кафедра	Кафедра туризму, ауд. 316. 1-ий корпус, Тел. 38(057)758-77-26 (доб. 451) Сайт кафедри http://tourism.hneu.edu.ua
Викладач (-і)	Алдошина Марія Володимирівна, к.е.н., доцент кафедри туризму
Контактна інформація викладача (-ів)	Алдошина М. В. mariyaldo.88@gmail.com
Дні занять	Лекція : згідно діючого розкладу занять Практичні : згідно діючого розкладу занять
Консультації	На кафедрі менеджменту та бізнесу, очні, відповідно до графіку консультацій, індивідуальні
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)	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.

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](#))

Силабус затверджено на засіданні кафедри туризму «10» червня 2022 р. Протокол № 15