

Код та назва дисципліни українською мовою/ Назва дисципліни англійською мовою	1-106-3 Маркетинг туризму / Tourism marketing
Рекомендується для галузі знань	Для спеціальностей усіх галузей знань
Кафедра	Географії
П.І.П. НПП (за можливості)	Доц. Грушка В.В.
Рівень ВО	Перший (бакалаврський)
КУРС, семестр	2-3-4 курси
Мова викладання	українська
Пререквізити (передумови вивчення дисципліни)	Базові знання з географії
Що буде вивчатися	Сутність маркетингу в туристичній сфері, та основні інструменти, необхідні маркетингологам для успішної реалізації різноспрямованих проєктів на туристичному ринку. Зокрема, розглянуті такі питання, як функціонування інфраструктури туристичного ринку, особливості комплексу «4Р» для туристичного продукту й особливості розроблення маркетингової стратегії для туристичних компаній, важливі аспекти організації діяльності туристичної фірми. Практичні приклади, що ілюструють теоретичні положення туристичного маркетингу.
Чому це цікаво/треба вивчати	Туризм, є однією з провідних галузей світової економіки, вимагає від професіоналів не лише знань у сфері створення туристичного продукту, але й вміння ефективно реалізовувати його, залучаючи цільові аудиторії та адаптуючись до постійно змінюваних умов ринку. Знання функціонування інфраструктури туристичного ринку та розроблення маркетингової стратегії є фундаментальними для створення конкурентоспроможних пропозицій. Освоєння цих знань допомагає туристичним компаніям ефективніше розуміти своїх клієнтів, оптимізувати свої рекламні стратегії та стратегії продажів.
Чого можна навчитися (результати навчання)	Знати проблеми, особливості та сучасні тенденції розвитку маркетингу в туристичних підприємствах і організаціях; розуміти технології та основні напрямки маркетингових досліджень туристичного ринку; вміти розробляти продуктовоуполітику, виходячи з особливостей та специфіки туристичного продукту; реалізовувати ефективну цінову політику на туристичних підприємствах; формувати системи збуту туристичного продукту.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентність)	<ul style="list-style-type: none"> - розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт; - складати маркетингові програми, проєкти туристичних організацій; - вміти проводити маркетингові дослідження в галузі туризму; - вміти організовувати реалізацію маркетингу по всіх його складових для задоволення потреб споживачів туристичних послуг; - формувати попит та просувати туристичні послуги на ринку за результатами маркетингових досліджень і рекламної діяльності; - аналізувати і розробляти оптимальний маркетингових комплекс туристичного підприємства з метою задоволення потреб туристів найефективнішим способом.
Інформаційне забезпечення	1. Маркетинг у туризмі: підручник / Н. Є. Летуновська, О. В. Люльов. – Суми : Сумський державний університет, 2020. – 270 с. 2. Мальська М. П. Основи маркетингу у туризмі. – К.: «Центр учбової літератури», 2016. – 336 с.
Види навчальних занять	Лекції, практичні (семінарські) заняття
Вид семестрового контролю	Диференційований залік
Максимальна кількість здобувачів на семестр ⁵	100 осіб
Мінімальна кількість здобувачів	-