



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМІ»

Компонента освітньої програми – вибіркова (3 кредити)

Освітньо-професійна програма	Менеджмент туристичної індустрії
Спеціальність	073 Менеджмент
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Мова навчання	українська
Профайл викладача (-ів)	Данілова О.М., к. с.-г. н., доцент кафедри економічної географії та екологічного менеджменту https://ecogeo.chnu.edu.ua/spivrobotnyky/profesorsko-vyk-ladatskyi-sklad/danilova-olha-mykolaivna/
Контактний тел.	+380663509270
Е-mail:	o.danilova @chnu.edu.ua
Сторінка курсу в Moodle	https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=8121
Консультації	згідно графіка консультацій викладачів кафедри

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Навчальна дисципліна «Маркетинг в туризмі» належить до переліку вибірових навчальних дисциплін за освітнім рівнем «бакалавр», що пропонується до вивчення на четвертому році навчання.

Ефективна діяльність компанії туристичного бізнесу залежить від своєчасного визначення маркетингової стратегії та послідовного здійснення маркетингової політики. Механізмом, здатним ініціювати широкий розвиток туристичної галузі, активізувати діяльність у ній та забезпечити досягнення її результативності в динамічних умовах ринкової кон'юнктури, є впровадження в управлінську практику туристичних підприємств принципів і методів маркетингу. Саме вони забезпечують обґрунтованість управлінських рішень та дають змогу збалансувати попит і пропозицію на конкретному сегменті вітчизняного ринку. Вдале поєднання інструментів маркетингу є обов'язковим атрибутом успішності туристичних підприємств.

Мета навчальної дисципліни: формування у здобувачів вищої освіти знань та вмінь на основі аналізу динамічного маркетингового середовища приймати економічно обґрунтовані та зважені рішення щодо управління маркетинговим комплексом туристичного підприємства в умовах конкуренції та непередбачуваності очікуваних наслідків.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

МОДУЛЬ 1. «Основи організації маркетингової діяльності в туризмі»	
Тема 1.	Специфіка туристичного маркетингу
Тема 2.	Маркетингове середовище суб'єктів туристичного ринку
Тема 3.	Маркетингові дослідження та їх роль в індустрії туризму
Тема 4	Споживча поведінка туристів
Тема 5	Сегментація ринку
Тема 6.	Створення туристичних продуктів та стратегії їх просування
Тема 7.	Стратегії ціноутворення в сфері надання туристичних послуг
МОДУЛЬ 2. «Комунікаційно-збутова політика та маркетинговий менеджмент туристичного підприємства»	
Тема 8.	Маркетингова політика збуту туристичного продукту
Тема 9.	Комунікаційна політика туристичних підприємств і дестинацій
Тема 10	Процес маркетингового менеджменту на туристичному підприємстві.
Тема 11.	Сутність та система маркетингового планування в туризмі.
Тема 12.	Контроль маркетингової діяльності туристичного підприємства.
Тема 13.	Інноваційні технології та цифровий маркетинг у туризмі.

ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ, ФОРМИ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ

У процесі вивчення навчальної дисципліни використовуються: словесні методи - лекція, бесіда, пояснення, дискусія, інструктаж; практичні методи; наочні методи - демонстрація відео, презентації; методи стимулювання пізнавального інтересу - ситуаційні завдання, виконання проєктів, кейси; самостійна робота над питаннями, окресленими програмою ОК; тренінги, майстер-класи від запрошених стейкхолдерів; реферативні та пошукові дослідження.

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Основними формами поточного контролю є **усний контроль** (індивідуальне та фронтальне опитування, захист практичних робіт, захист проєктів, презентації результатів виконаних завдань та досліджень); **письмовий контроль** (модульні контрольні роботи, практичні роботи, ситуаційні завдання, кейси); **тестування**.

Формою підсумкового контролю – є **екзамен**.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання програмних результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за шкалою європейської кредитно-трансферної системи (ECTS).

Критерієм успішного оцінювання є досягнення здобувачем вищої освіти мінімальних порогових рівнів (балів) за кожним запланованим результатом навчання.

ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні навчальної дисципліни регламентовано такими документами: «Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича» (<http://surl.li/pmlsui>), «Положенням про виявлення та

запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича» (<http://surl.li/edzqjk>).

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

(покликання на електронні ресурси до навчальної дисципліни)

1. Данілова О.М. Управління маркетинговою діяльністю підприємств туристичної сфери. Менеджмент туристичної індустрії: підручник у 3-ох частинах/ В. П. Руденко, В.Я.Вацеба, В.Н.Підгірна та ін. Чернівці, 2019. С.122-185. URL : <http://surl.li/krquau>
2. Данілова О.М. Інноваційний маркетинг як інструмент розвитку туристичного бізнесу. Менеджмент туристичної індустрії : освітньо-наукові домінанти : колективна монографія / Руденко В.П., Підгірна В.Н., Наконечний К.П. та ін. Чернівці : Чернівецьк. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. С.280-312. URL : <https://archer.chnu.edu.ua/handle/123456789/10605>
3. Ємчук Т.В., Підгірна В.Н., Данілова О.М. Використання інструментів соціальних медіа в готельному господарстві (на прикладі готелів міста Чернівці). *Вчені записки Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського*. Серія: Економіка і управління". 2020. Том 31 (70). N 3. http://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/31_70_3/31_70_3_1.pdf
4. Данілова О., Підгірна В., Олійник В. Сучасні тренди маркетингових досліджень екотуристичного ринку. *Науковий вісник Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича*. Серія Економіка : зб. наук. праць. Чернівці : Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, 2024. Вип. 2. URL <https://journals.chnu.chernivtsi.ua/index.php/econom/article/view/206>
5. Іваненко В. О., Близнюк С. В., Данілова О. М. Аналіз застосування Google Ads у сучасних стратегіях цифрового маркетингу: оцінка результативності рекламних кампаній *Інтернаука*. Серія: "Економічні науки". 2025. № 11. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-11-11596>
<https://www.inter-nauka.com/issues/economic2025/11/11596>
6. Данілова О., Огонюк Н. Геомаркетинг як інструмент просторового аналізу туристичної конкурентоспроможності регіонів. *Науковий вісник Чернівецького університету: Географія*. 2025. №854. С.107-118.
<https://journals.chnu.edu.ua/geoscience/article/view/989/1002> <https://doi.org/10.31861/>
7. Данілова О.М., Паламарюк М.Ю., Марчук Г.В. Маркетинг екскурсійної діяльності в природоохоронних установах: інструменти, стратегії та тенденції розвитку. *Проблеми системного підходу в економіці*. Вип. 5 (102). С.120-127.
8. Бондаренко С., Калман О., Данілова О. Цифрова трансформація туристичного бізнесу в умовах відкритої економіки: комплексний підхід до планування подорожей та патрнерства. Соціальний розвиток: економічні та правові питання. 2025. Вип 4. URL : <https://www.eu-scientists.com/index.php/sdel/article/view/179>
9. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу: Підручник Київ : Вид-во «Діалектика», 2020. 863 с. URL : <https://diamail.com.ua/PDF/978-617-7812-04-2/content.pdf>
10. Летуновська Н. Є., Люльов О.В. Маркетинг у туризмі : підручник. Суми : Сумський державний університет, 2020. 270 с. URL : https://tourlib.net/books_ukr/letunovska.htm
11. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с. URL : <http://surl.li/drqtx>
11. Маркетинг. Навчальний посібник / Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. / За заг.ред. проф. Старостіної А.О. К.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с. URL : <http://surl.li/afrbxm>
12. Маркетинг: Світовий досвід та український вимір : підручник / За заг. ред. А. О. Старостіної. Київ : Видавництво Ліра-К, 2024. 484 с. URL : <http://surl.li/skfdmz>
13. Маркетинг : підручник для студентів економічних спеціальностей закладів вищої освіти / Р. І. Буряк [та ін.]. - 2-ге вид. перероб. та допов. - К. : ЦП "КОМПРИНТ", 2023. - 537 с. URL : <https://dglb.nubip.edu.ua/handle/123456789/10368>
14. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с. URL : <http://surl.li/cmltiz>
15. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський

національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. URL : <http://surl.li/infckb>

16. Софієнко А.В., Шукліна В.В., Набока Р.М. Теоретичний маркетинг: Навчальний посібник.

Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський, 2021. 494 с. URL : <http://surl.li/kadprs>

17. Офіційний сайт національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського. URL : <http://www.nbuv.gov.ua/>

18. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу. URL : <https://www.uam.in.ua/ukr/>

19. Міжнародна асоціація маркетингових ініціатив. URL : <https://mami.org.ua/uk/>

Детальна інформація щодо вивчення курсу «Маркетинг в туризмі» висвітлена у робочій програмі навчальної дисципліни