

Назва Міжнародний маркетинг на ринку туристичних послуг

Шифр 11139

Тип Професійна вибіркова

Рік навчання 2018 – 2019

Семестр II

Кількість кредитів ЄКТС – 5

ПІБ викладачів Лисиця Н.М., Алдошина М.В.

Результати навчання

Знати сутність і специфіку маркетингу туризму як сучасної концепції управління діяльністю в умовах ринкової глобалізації. Виділяти особливості інструментарію сучасного маркетингу туризму і ринкової поведінки споживачів. Використовувати технології маркетингових досліджень в сфері міжнародного туризму. Визначати основні складові елементи комплексу маркетингових комунікацій та етапи планування рекламної кампанії з урахуванням особливостей зовнішнього ринку. Здійснювати оцінку ринків збуту, споживачів, клієнтів, конкурентів у туристської індустрії, застосовувати інструменти управління і контролю якості продукції і послуг туристської діяльності. Вміти проводити маркетингові дослідження туристичного ринку та туристичного продукту. Планувати комплексну стратегію просування туристичного підприємства/продукту.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг»

Зміст. Сутність та особливості туристичного маркетингу. Маркетингові дослідження в туризмі. Сегментація ринку і формування маркетингової стратегії туристичного підприємства. Сутність маркетингового комплексу для туристичних підприємств. Маркетинг персоналу як стратегічний інструмент управління трудовими ресурсами на туристичних підприємствах. Специфіка міжнародного маркетингу в Україні для організацій і підприємств туристичної галузі. Комплекс маркетингових комунікацій у туризмі. Ринок маркетингових комунікацій в Україні та світі. Реклама в туризмі. Брендинг як інструмент маркетингових комунікацій в туризмі.

Рекомендовані джерела

1. Закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 № 271/96-ВР.
2. Аналіз комплексу маркетингу на міжнародному ринку туристичних послуг : монографія / О. М. Азарян, Н. Л. Жукова, О. А. Іщенко, Г. О. Ворошилова ; Донец. держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2005. – 135 с.
3. Алдошина М.В. Особливості маркетингових комунікацій на рекламно-комунікаційному ринку України / М.В. Алдошина // Проблеми економіки. – Харків: Видавничий дім «ІНЖЕК», 2013. - № 1. – С. 62-68.
4. Алдошина М.В., Брусільцева Г.М. Крос-культурні комунікації в галузі туризму в умовах глобалізації / М.В. Алдошина, Г.М. Брусільцева // Бизнес Информ. – 2014. – №3 – С. 197–202.
5. Алдошина М.В. Реалізація концепції маркетингу на підприємствах

туристичної індустрії / М.В. Алдошина // Матеріали конференції : «Розвиток туристичного бізнесу», 17-19 березня 2011 р., м. Донецьк: - ДонНУЕТ, 2011. - С.118-120.

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. Брендбук України «Ukraine its all about you» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://wikicitynomica.org/wp-content/uploads/2014/03/ukraine_tourist_brand_brandbook_UKR_web.pdf.

8. Ведмідь Н. І. Основи рекламної діяльності в туризмі : навч. посібн. / Н. І. Ведмідь, С. В. Мельниченко, В. В. Білик ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – К. : КНТЕУ, 2007. – 103 с.

Методи навчання

Комунікативні методи навчання на практичних заняттях, кейси, проблемні ситуації, семінари-дискусії, презентації.

Методи оцінювання

- поточний контроль (тестування, опитування, індивідуальні завдання, контрольна робота);
- підсумковий контроль (диференційований залік).

Мова навчання. Українська