

Назва. Менеджмент та маркетинг туризму

Тип. Базова.

Рік навчання. 2021–2022.

Семестр. VII.

Кількість кредитів ЄКТС. 5 (додатково 1 кредит на курсову роботу).

ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.

Алдошина М.В., к.е.н., доцент; Наумік-Гладка К.Г., д.е.н., професор.

Результати навчання.

Формування системи знань про методи та принципи розробки, просування, реалізації та організації споживання туристичного продукту; вимоги до соціально відповідального підприємництва; ефективну систему управління та мотивації персоналу на підприємствах туристичної галузі.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.

Основи туристичної діяльності. Економіка рекреації та туризму. Організація туристичних подорожей.

Зміст.

Концепція менеджменту в управлінні туристичними підприємствами. Стратегічне та тактичне управління у сфері туризму. Стратегічне та тактичне управління у сфері туризму. Менеджмент якості та інноваційний менеджмент на підприємствах туристичної індустрії. Управління та мотивація персоналу в туристичному бізнесі. Організація праці на туристичних підприємствах. Підготовка та розробка управлінських рішень у сфері туризму. Значення ділового спілкування у туристичній індустрії. Соціально-економічна сутність маркетингу у туризмі. Маркетингові дослідження в туризмі. Маркетингові дослідження в туризмі. Дослідження ринку туристських послуг. Маркетингова цінова політика на туристичних підприємствах. Основні підходи до створення реклами в туризмі. Просування туристичного продукту.

Рекомендовані джерела.

1. Кабушкин М. И. Менеджмент туризма. – М.: Новое знание, 2004. – 408 с.
2. Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме: современный опыт управления / Монография. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 496с.
3. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Ученик для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 1063.
4. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме / Н. А. Зайцева. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 198с.
5. Менеджмент туризма: Туризм и отраслевые системы / И. В. Зорин, Т. А. Ирисова. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 271 с.
6. Шульгіна Л.М. Маркетинг підприємств туристичного бізнесу: Монографія. – К.: Київський нац.тоговельно – економічний ун-т, 2005. – 597с.

Методи навчання.

Лекції (проблемні, відкриті, міні-лекції), семінарські заняття з використанням інформаційних технологій.

Методи оцінювання:

- поточний контроль (виконання практичних завдань, тестування, опитування, презентація матеріалів, перевірка есе);
- модульний контроль (комплексна контрольна робота);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання. Українська, англійська.