



**Силабус навчальної дисципліни**  
**«Міжнародний маркетинг на ринку туристичних послуг»**

<b>Спеціальність</b>	242 «Туризм»
<b>Освітня програма</b>	Туризм
<b>Освітній рівень</b>	третій (доктор філософії)
<b>Статус дисципліни</b>	Вибіркова
<b>Мова викладання</b>	Українська
<b>Курс / семестр</b>	1 курс, 2 семестр
<b>Кількість кредитів ЄКТС</b>	5
<b>Розподіл за видами занять та годинами навчання</b>	Лекції – 20 год. Практичні (семінарські) – 20 год. Самостійна робота – 110 год.
<b>Форма підсумкового контролю</b>	Залік
<b>Кафедра</b>	Кафедра Туризму, м. Харків, пр. Науки 9а, ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Перший корпус, ауд. 316. Тел. +38 (057) 758-77-26, 4-51 (внутрішній). E-mail: kaftour@hneu.edu.ua
<b>Викладач (-і)</b>	Алдошина Марія Володимирівна, доцент кафедри туризму, кандидат економічних наук
<b>Контактна інформація викладача (-ів)</b>	Mariyaldo.88@gmail.com
<b>Дні занять</b>	Згідно діючого розкладу занять
<b>Консультації</b>	Відповідно до графіку
<b>Метою викладання навчальної дисципліни</b> є формування системи теоретичних знань, компетентностей, прикладних вмінь та навичок необхідних для здійснення маркетингової діяльності в туристичній індустрії.	
<b>Передумови для навчання</b> Менеджмент та маркетинг в туризмі, Маркетингові комунікації в туристичній діяльності, Дослідження світового та регіональних туристичних ринків / Знання, вміння, навички, якими повинен володіти здобувач, щоб приступити до вивчення дисципліни: <ul style="list-style-type: none"><li>- знати особливості туристичного продукту;</li><li>- знати складові елементи маркетингового комплексу;</li><li>- знати теоретичні основи крос-культурних комунікацій</li></ul>	
<b>Зміст навчальної дисципліни</b>  <b>Змістовий модуль 1. Маркетинг туризму як концепція розвитку туристичних підприємств в умовах ринкової інтеграції</b> 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. 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)**

*РНПД, Технологічна карта, лекції, завдання для  
практичних занять, інформаційні матеріали, завдання для  
перевірки знань.*

<https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=5713>

**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. 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.
8. Голубкова Е. Н. Маркетинговые коммуникации : учебное пособие / Е. Н. Голубкова. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – М. : Финпресс, 2003 – 303 с.
9. Джоунс Дж. Пилип. Роль рекламы в создании сильных брендов / Дж. Пилип Джоунс. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2005. – 496 с.
10. Дурович А. П. Маркетинг в туризме : учебное пособие / А. П. Дурович. – 4-е изд. – Минск : Новое знание, 2004. – 495 с.
11. Дурович А. Маркетинговые исследования в туризме: Учебно-практическое пособие. – Минск:Новое знание, 2002. – 347с.



12. Дурович А. П. Основы маркетинга : учебное пособие / А. П. Дурович. – М.: Новое знание, 2004. – 512 с.
13. Дурович А. П. Реклама в туризме : учебное пособие / А. П. Дурович. – М. : Новое знание, 2003. – 253 с.
14. Кендюхов О.В. Стратегія ефективного брендингу : монографія / О.В. Кендюхов, С.М. Димитрова, Л.А. Радкевіч, О.В. Кужилева. – Донецьк : Вебер (Донецька філія), 2009. – 280 с.
15. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учебник для вузов / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Дж. Мейкенз; пер. с англ. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 1063 с.
16. Лисица Н. М. Маркетинговые коммуникации в международном бизнесе : учебное пособие / Н. М. Лисица ; Харьк. гос. экон. ун-т. – Харьков: ХГЭУ, 2001. – 106 с.
17. Морган Н. Реклама в туризме и отдыхе : учебное пособие / Н. Морган, А. Причард; пер. с англ. под ред. Б. Л. Еремина. – М. : ЮНИТА-ДИАНА, 2004. – 495 с.
18. Норіцина Н. І. Маркетингова політика комунікацій : Курс лекцій / Н. І. Норіцина ; Міжрегіон. акад. упр. персоналом. – К. : МАУП, 2003. – 119 с.
19. Офіційний сайт Індексу національних брендів Саймона Анхольта [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://goodcountry.org/index/overall-rankings?p=overall>
20. Павленко А. Ф. Маркетингові комунікації: сучасна теорія і практика / А. Ф. Павленко, А. В. Войчак, Т. О. Примак; Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана. – К. : КНЕУ, 2005. – 404 с.
21. Примак Т. О. Маркетингові комунікації на сучасному ринку : [навч. посібн. для студ. вищ. навч. закл.] / Т. О. Примак ; Міжрегіон. акад. упр. персоналом. – К. : МАУП, 2003. – 199 с.
22. Прохорова Т. В. Маркетинговая политика коммуникаций : учебное пособие / Т. В. Прохорова, А. В. Гронь. – Х. : ИД «ИНЖЭК», 2005. – 224.
23. Смит П. Р. Маркетинговые коммуникации: комплексный подход / П. Р. Смит ; пер. со 2-го англ. изд. – К. : Знання-Прес, 2003. – 796 с.
24. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг) : монографія / А.А. Мазаракі, Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. – 388 с.
25. Федько Н. Г. Маркетинговые коммуникации : [учебное пособие для вузов] / Н. Г. Федько, В. П. Федько ; под общ. ред. Н. Г. Федько, И. И. Саввиди. – Ростов н/Д : Феникс, 2002. – 384 с.
26. Шарков Ф. И. Интегрированные бренд-коммуникации. (Бренд в системе интегрир. маркетинговых коммуникаций) / Ф. И. Шарков. – М. : РИП-холдинг, 2004. – 243 с.
27. Шульгіна Л.М. Маркетинг підприємств туристичного бізнесу: Монографія. – К.: Київський нац.товарно – економічний ун-т, 2005. – 597с.
28. Шульц Д. Стратегические бренд-коммуникационные кампании / Дон Шульц, Бет Барнс ; [пер. с англ.] – М. : Гребенников, 2003. – 506 с.

### **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.

### Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни

Види навчальної роботи	Мах кількість балів
Лекції	10
Практичні заняття	10
Завдання за темами (презентації)	20
Підсумкова контрольна робота	20
Індивідуальне науково-дослідне завдання	40
<b>Максимальна кількість балів</b>	<b>100</b>

### Відповідність шкали оцінювання ЄКТС національній системі оцінювання та ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену (іспиту), диференційованого заліку, курсового проекту (роботи), практики, тренінгу	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D		
60 – 63	E	задовільно	не зараховано
35 – 59	FX	незадовільно	
1 – 34	F		

### Політики навчальної дисципліни

*Під час вивчення даної дисципліни обов'язковим є дотримання політики дотримання академічної доброчесності, політики щодо пропусків занять та політики щодо виконання завдань пізніше встановленого терміну.*

*Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни (<https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=5713>).*

Силабус затверджено на засіданні кафедри «26» серпня 2020 р. Протокол № 1