

МАРКЕТИНГ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Кафедра готельно-ресторанного та туристичного бізнесу й іноземних мов
Економічний факультет

<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3
<i>Форма контролю</i>	Залік

Загальний опис дисципліни

Цілями освоєння дисципліни «Маркетинг туристичного бізнесу» є ознайомлення студентів з принципами, функціональними завданнями і стратегіями маркетингу туристичної фірми, а також в навчанні студентів прийняттю конкретних рішень щодо застосування маркетингових технологій в сфері туризму.

Мета дисципліни. Оволодіння новітніми теоретичними знаннями з питань управління туристичними організаціями та набуття практичних вмінь і навичок для побудови системи маркетинг-менеджменту таких організацій, які б забезпечили їх ефективне функціонування у конкурентному та мінливому середовищі господарювання.

Завдання курсу «Маркетинг туристичного бізнесу»: осягнення студентами змісту і суті маркетингової діяльності на підприємствах туристичної галузі, ознайомлення їх з основними робочими поняттями маркетингу; ознайомлення студентів з методологією і методами проведення маркетингових досліджень; набуття студентами знань і навичок у формуванні цінової політики фірми; набуття студентами знань і навичок в плануванні маркетингу і організації маркетингової діяльності на підприємствах туристичної галузі.

Компетентності такі як: здатність до розуміння і критичного аналізу наукової інформації за тематикою дослідження, використовуючи адекватні методи обробки, аналізу і синтезу інформації та представляти результати досліджень; здатність оцінювати ринки збуту, споживачів, клієнтів, конкурентів в туристській індустрії, застосовувати інструменти управління і контролю якості продукції та послуг туристської діяльності.

Програмні результати навчання: демонструвати вміння застосовувати сучасні методи дослідження в провідних сферах туристичної і екскурсійної діяльності; виконувати роботу по поточному і перспективному проектуванню туристичних і екскурсійних продуктів; здійснювати пошук перспективних партнерів зі збуту турпродукту, використовуючи основні форми продажу туристського продукту, схеми просування продукту туроператора, методи і нормативні основи.

Зміст за темами:

1. Теоретичні основи туристичного маркетингу. Методика маркетингових досліджень і методи отримання й обробки маркетингової інформації в туризмі.
2. Маркетингові інформаційні системи і Інтернет у туризмі.
3. Дослідження споживчих переваг потенційних туристів.
4. Основні тенденції маркетингу послуг.
5. Конкурентне середовище на міжнародному, внутрішньому туристичному ринку та управління каналами збуту.
6. Створення брендингу в туристській індустрії.
7. Стратегія туристського маркетингу. Маркетингова цінова стратегія в туризмі.
8. Розрахунок ефективності розробки нового туру.
9. Управління ефективністю реклами в туристичному бізнесі.