

**ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи**

СИЛАБУС

**СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМІ /
STRATEGIC MARKETING IN TOURISM**

Інформація про викладача	
Викладач	Онищук Наталя
Науковий ступінь	кандидат економічних наук
Вчене звання	доцент
Посада	доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Адреса кафедри	м. Вінниця, вул. Соборна, 87, каб. 37
Контактний телефон	0936465599
E-mail:	n.onyshchuk@vtei.edu.ua
Електронна сторінка курсу в системі дистанційного навчання	http://moodle.vtei.edu.ua/course/view.php?id=840
Консультації	Понеділок, четвер з 14 ⁰⁰ до 16 ⁰⁰
Інформація про освітній компонент	
Освітній ступінь	магістр
Галузь знань	24 «Сфера обслуговування»
Спеціальність	242 «Туризм і рекреація»
Освітня програма	Міжнародний туристичний бізнес
Навчальний рік	2024/2025
Семестр	I
Факультет	торгівлі, маркетингу та сфери обслуговування
Курс	I
Групи	МТБ-11д(м)
Анотація курсу	<p>Метою вивчення освітнього компоненту «Стратегічний маркетинг в туризмі» є формування системи теоретичних знань із застосування інструментарію стратегічного маркетингу в туристичних підприємствах, а також набуття практичних навичок формування маркетингових стратегій, адекватних впливу на підприємницьке середовище.</p> <p>Особлива увага приділяється розумінню стратегічного маркетингу як засобу досягнення комерційних успіхів суб'єкта господарської діяльності на основі ефективного використання його потенціалу з орієнтацією на споживача в умовах конкурентного середовища.</p>
Мова викладання	Українська
Місце дисципліни в освітній програмі	
Освітня програма (ОП)	«Міжнародний туристичний бізнес»
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі дослідницького та/або інноваційного характеру у сфері туризму і рекреації.
Перелік загальних компетентностей (ЗК)	<p>ЗК1. Здатність до організації, планування, прогнозування результатів діяльності.</p> <p>ЗК2. Здатність вести професійну діяльність у міжнародному та вітчизняному середовищі.</p> <p>ЗК6. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК7. Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми.</p>
Перелік спеціальних (фахових) компетентностей (СК)	<p>СК1. Здатність застосовувати у професійній діяльності категорійно-термінологічний апарат, концепції, методи та інструментарій системи наук, що формують науковий базис туризму та рекреації.</p> <p>СК2. Здатність планувати і виконувати наукові та/або прикладні дослідження у сфері туризму та рекреації.</p>

	<p>СК4. Здатність організувати діяльність та співпрацю суб'єктів регіонального, національного та міжнародного туристичних ринків на засадах сталого розвитку з урахуванням світового досвіду.</p> <p>СК5. Здатність оперувати інструментами збору, обробки інформації, аналізувати та управляти туристичною інформацією.</p> <p>СК6. Здатність до аналізу, прогнозування, планування бізнес-процесів та геопросторового планування у сфері туризму та рекреації.</p> <p>СК7. Здатність розробляти та впроваджувати інновації в діяльності суб'єктів туристичного ринку.</p> <p>СК8. Здатність до просування туристичного продукту (дестинації) на міжнародний ринок.</p> <p>СК9. Здатність до підприємницької діяльності на міжнародному туристичному ринку.</p>
<p>Перелік програмних результатів навчання (РН)</p>	<p>РН3. Застосовувати сучасні цифрові технології, методи та інструменти дослідницької та інноваційної діяльності для розв'язання складних задач у сфері туризму та рекреації.</p> <p>РН4. Проводити аналіз геопросторової організації туристичного процесу, проектувати його стратегічний розвиток на засадах сталості.</p> <p>РН6. Аналізувати та оцінювати діяльність суб'єктів туристичного ринку, планувати результати їх стратегічного розвитку.</p> <p>РН8. Управляти процесами в суб'єктах індустрії туризму та рекреації на різних ієрархічних рівнях, які є складними, непередбачуваними і потребують нових стратегічних підходів.</p> <p>РН11. Вільно спілкуватися державною та іноземною мовами усно і письмово для обговорення професійних проблем, презентації результатів досліджень та проєктів у сфері туризму і рекреації.</p>
<p>Пререквізити освітнього компоненту (що треба знати, з чим ознайомитися здобувачу перед вивченням компоненту)</p>	<p>Попередньою умовою вивчення дисципліни «Стратегічний маркетинг в туризмі» є базові знання з економіки, менеджменту, маркетингу, організації туризму.</p>

Тематичний план та оцінювання результатів навчання

Теми	Кількість годин				Форми контролю	Бальна оцінка
	всього	з них				
		лекції	практич.	СРС		
Тема 1. Поняття стратегічного маркетингу в туризмі	9	2	2	5	УО, КТ, РПЗ	5
Тема 2. Формування маркетингової стратегії туристичних підприємств	9	2	2	5	УО, КТ, РПЗ	5
Тема 3. Аңаліз, оцінювання, моніторинг та прогнозування маркетингового середовища	23	4	4	15	УО, КТ, РПЗ	10
Тема 4. Стратегічні ресурси туристичних підприємств	23	4	4	15	УО, КТ, РПЗ	10
Тема 5. Маркетингова стратегічна сегментація	23	4	4	15	УО, КТ, РПЗ	10
Тема 6. Маркетингові конкурентні стратегії	23	4	4	15	УО, КТ, РПЗ	10
Тема 7 Маркетингові стратегії розвитку туристичного підприємства	23	4	4	15	УО, КТ, РПЗ	10
Тема 8. Матричний аналіз управління бізнес-портфелем туристичного підприємства	23	4	4	15	УО, КТ, РПЗ	10
Індивідуальне завдання	24			24	ІЗ	30
Всього	180/6	28	28	124		100
Підсумковий контроль - екзамен						
Поточний контроль / критерії оцінювання	<p>Перелік умовних позначень форм контролю та оцінка їх у балах: УО – усне опитування – 2 бали. РПЗ – розв’язання практичних завдань – 2 бали. КТ – комп’ютерне тестування – 1 бал. ІЗ – індивідуальне завдання – 30 балів (проходження курсів за тематикою дисципліни на онлайн платформах – 10 балів, участь у наукових заходах – 10 балів, підготовку тез та їх опублікування – 10 балів). Загальна сума за поточну навчальну роботу (аудиторну та самостійну) за семестр – 100 балів.</p>					
Оснoвні літературні та інформаційні джерела	<p>1. Ковальчук С. В. Стратегічний маркетинг : навч. посіб. Хмельницький: ХНУ, 2018. 291 с. 2. Онищук Н. В. Мезомаркетинг у сфері туризму: монографія. Вінниця: РВВ ВТЕІ КНТЕУ, 2017. 300 с 3. Онищук Н.В. Стратегічні напрями розвитку туризму у Вінницькому регіоні.</p>					

	<p><i>Приазовський економічний вісник</i>. № 4 (09). 2018. С. 49-53. URL: http://pev.kpu.zp.ua/vypusk-4-09</p> <p>4. Онищук Н. В. Корж Н. В. Інтегрована бізнес-стратегія організації з управління туристичними дестинаціями (ОМД). <i>Наукові записки Національного університету «Острозька академія»</i>. Серія «Економіка»: науковий журнал. Острог: Вид-во НаУОА, вересень 2022. № 26(54). С.30-36.</p> <p>5. Онищук Н. В., Мазуркевич І. О. Стратегічний маркетинг в туризмі: навч. посіб. Вінниця. 2023. 260 с.</p> <p>6. Онищук Н. В. Стратегічні завдання маркетингу для туристичної галузі України у пошуку нових ринків. <i>Здобутки економіки: перспективи та інновації</i>. 2024. № 9. URL: https://econp.com.ua/index.php/journal/article/view/106</p>
Політика освітнього компоненту	
Організація навчання	Відвідування навчальних занять з освітнього компоненту «Стратегічний маркетинг в туризмі» є обов'язковим, згідно розкладу. Конспектування лекційного матеріалу у вигляді коротких тезисів вітається, але не є обов'язковим. Підготовка до практичного заняття передбачає опрацювання переліку питань, що виносяться на обговорення, та створення конспекту, проходження комп'ютерного тестування в системі MOODLE. Виконання індивідуального завдання передбачає проходження курсів за тематикою дисципліни на онлайн платформах, участь у наукових заходах, підготовку тез та їх опублікування). Виконані завдання оцінюються у межах визначених критеріїв.
Відпрацювання пропусків занять	Пропущені навчальні заняття мають бути відпрацьовані. Відпрацювання пропущеного лекційного заняття передбачає підготовку конспекту з відповідної теми. Пропущені практичні заняття відпрацьовуються шляхом проходження комп'ютерного тестування в системі MOODLE, короткого усного опитування з відповідної теми. Відпрацювати пропущені заняття можна щопонеділка та щочетверга з 14-00 до 16-00 (каб. 37, к. 1).
Допуск до підсумкового контролю	Підсумковий контроль - екзамен. До екзамену допускаються всі здобувачі, які набрали за результатами поточної роботи протягом семестру 60 балів. Результат підсумкового контролю (екзамен) з освітнього компоненту для здобувачів очної форми навчання визначається як середньоарифметична сума балів поточної роботи та екзамену. Кращим здобувачам, які повністю виконали програму з освітнього компоненту, виявили активність в науково-дослідній роботі за відповідною тематикою, стали призерами студентських олімпіад, виступали на конференціях та за результатами поточної роботи набрали 90 і більше балів, науково-педагогічний працівник має право виставити результат екзамену без опитування (при усному екзамені) чи виконання екзаменаційного завдання (при письмовому екзамені).
Академічна доброчесність	Положення про дотримання академічної доброчесності педагогічними та науково-педагогічними працівниками та здобувачами вищої освіти http://www.vtei.com.ua/doc/dtu/pol/35.pdf .
Інші складові політики дисципліни	Здобувачі вищої освіти мають право на визнання (перезарахування) результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті, згідно з Положенням про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти http://www.vtei.com.ua/doc/dtu/pol/82.pdf .

Затверджено на засіданні кафедри від 19.08.2024 р., протокол № 16.

Науково-педагогічний працівник



Наталя ОНИЩУК

Завідувач кафедри



Наталія ЧОРНА