

# КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет перекладознавства

Кафедра психології, педагогіки і туризму

**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
Проректор з навчально-виховної роботи  
М. І. Соловей  
« 23 » *грудня* 2021 року



## РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### Маркетинг у туризмі

галузь знань	24 Сфера обслуговування
спеціальність	242 Туризм
освітній рівень	перший (бакалаврський)
освітня програма	Туристичне обслуговування
статус дисципліни	нормативна

Форма здобуття освіти	денна
Навчальний рік	2021 – 2022
Семестр	VI
Кількість кредитів ЄКТС	3
Мова навчання	українська
Форма підсумкового контролю	іспит

КИЇВ – 2021

**Розробник:**

Кучай О. В., кандидат економічних наук, доцент кафедри психології, педагогіки і туризму

**Схвалено** на засіданні кафедри психології, педагогіки і туризму,  
протокол № 15 від 22 червня 2021 року

Завідувач кафедри  О. В. Матвієнко

**Схвалено** на засіданні вченої ради факультету перекладознавства,  
протокол № 12 від 23 червня 2021 року

Голова вченої ради факультету  Л. Я. Зєня

## 1. Мета вивчення дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни «Маркетинг у туризмі» є формування у здобувачів вищої освіти знань та набуття навичок щодо просування туристичного продукту на ринку з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємств туристичної сфери.

## 2. Загальний обсяг (відповідно до робочого навчального плану) –

2 кредити ЄКТС; 90 год., у тому числі:

лекції – 20 год.

семінарські заняття – 24 год.

самостійна робота – 46 год.

## 3. Передумови до вивчення або вибору навчальної дисципліни

Передумовою до вивчення дисципліни «Маркетинг у туризмі» є опанування курсів «Економічна теорія», «Економіка підприємства», «Основи науково-дослідної роботи».

*знати:* суперечності економічного розвитку, економічних потреб та інтересів, теоретичні основи закономірностей глобальних тенденцій розвитку туризму, культурних, релігійних традицій суспільства, уподобань різних верств та вікових груп населення

*вміти:* володіючи понятійно-категоріальним апаратом економічної науки аналізувати економічні явища і процеси, розкривати особливості організації туристичної діяльності, виконувати аналіз ефективності економічної діяльності за різних умов господарювання

*володіти елементарними навичками* роботи з літературними джерелами та матеріалами періодичних видань, аналізу інформації, презентації результатів роботи.

## 4. Анотація навчальної дисципліни:

**Метою** дисципліни «Маркетинг у туризмі» є полягає у формуванні у здобувачів вищої освіти знань та набуття навичок щодо просування туристичного продукту на ринку з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємств туристичної сфери.

**Предметом** вивчення є загальні закономірності, принципи, функції та методи формування, функціонування та розвитку системи управління маркетинговою діяльністю туристичного підприємства, організації

взаємовідносин на взаємовигідній основі із споживачами туристичного продукту (послуги).

**Завданням** дисципліни є засвоєння теоретичних та організаційних основ маркетингу, розуміння сутності організації та взаємозв'язку її внутрішніх елементів та зовнішнього середовища, розуміння системи методів маркетингу.

Навчальна дисципліна «Маркетинг у туризмі» для студентів спеціальності 242 Туризм складається з одного змістового модуля, що розкриває основні методи просування туристичного продукту на ринок, висвітлює аналіз особливостей диверсифікації ринку збуту та досліджень конкурентного середовища.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувачі вищої освіти повинні

*знати:*

- специфіку туристичних послуг;
- чинники зовнішнього, внутрішнього маркетингового середовища;
- види та сучасні методи досліджень маркетингового середовища;
- сучасні тенденції розвитку туризму в світі та Україні;

*уміти*

- створювати та реалізувати туристичні послуги;
- застосовувати методи досліджень ринків споживачів;
- проводити маркетингову оцінку конкурентного середовища;
- використовувати технології маркетингових досліджень у туризмі;
- просувати туристичну продукцію

*Володіти елементарними навичками*

- роботи з науковою літературою та матеріалами періодичних видань;
- аналізу електронних ресурсів, виділення релевантної інформації;
- аналізу, систематизації та узагальнення інформації про потреби та тенденції туристичної індустрії, самостійно здійснювати аналіз та робити висновки.

**5. Завданням** вивчення навчальної дисципліни «Маркетинг у туризмі» є теоретична та практична підготовка студентів у галузі маркетингу туризму, а також формування таких компетентностей:

***Інтегральна компетентність:***

ІК. Здатність комплексно розв'язувати складні професійні задачі та практичні проблеми у сфері туризму і рекреації як в процесі навчання, так і в процесі роботи, що передбачає застосування теорій і методів системи наук, які формують туризмознавство, і характеризуються комплексністю та невизначеністю умов.

**Загальні компетентності:**

ЗК04. Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу.

ЗК06. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК07. Здатність працювати в міжнародному контексті.

ЗК08. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.

ЗК09. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

ЗК16. Здатність використовувати професійну термінологію, оперувати туристичною інформацією, вести дискусію та передавати власну думку в усній і письмовій формах.

**Фахові компетентності:**

ФК18. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ФК23. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту.

ФК24. Розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем.

ФК28. Здатність визначити індивідуальні туристичні потреби, використовувати сучасні технології обслуговування туристів та вести презентаційну роботу.

ФК29. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації.

ФК34. Здатність до використання комплексних заходів, спрямованих на підвищення якості туристичного обслуговування.

**6. Очікувані результати навчання з дисципліни**

Результат навчання (1. знати; 2. уміти; 3. комунікація; 4. автономність і відповідальність)		Форми (та / або методи і технології навчання)	Методи оцінювання та пороговий критерій оцінювання (за необхідності)
Код	Результат навчання		
	<b>Знати:</b>		
1.1.	специфіку туристичних послуг;	Лекції, семінари; пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, проблемного викладу.	Усне поточне опитування під час аудиторних занять, виконання практичного письмового завдання, письмова модульна контрольна робота.
1.2.	чинники зовнішнього, внутрішнього	Лекції, семінари;	Усне поточне

	маркетингового середовища;	пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, проблемного викладу.	опитування під час аудиторних занять, письмова модульна контрольна робота.
1.3.	види та сучасні методи досліджень маркетингового середовища	Лекції, семінари; пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, проблемного викладу, частково-пошуковий, дослідницький.	Усне поточне опитування під час аудиторних занять, перевірка індивідуальних завдань (презентацій).
1.4.	сучасні тенденції розвитку туризму в світі та Україні;	Лекції, семінари; пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, проблемного викладу, частково-пошуковий, діалогово-комунікаційний.	Усне поточне опитування під час аудиторних занять, участь у дискусії, письмова модульна контрольна робота.
	<b>Уміти:</b>		
2.1.	створювати та реалізувати туристичні послуги;	Семінари. Діалогово-комунікаційний, проблемно-пошуковий.	Усне поточне опитування під час аудиторних занять, письмова модульна контрольна робота.
2.2.	застосовувати методи досліджень ринків споживачів;	Семінари. Імітаційні активні методи (аналіз конкретних ситуацій).	Усне поточне опитування під час аудиторних занять, участь у дискусії, письмова модульна контрольна робота.
2.3.	проводити маркетингову оцінку конкурентного середовища;	Семінари. Імітаційні активні методи (аналіз конкретних ситуацій), кейс-метод.	Індивідуальне та фронтальне усне опитування.

2.4.	використовувати технології маркетингових досліджень у туризмі;	Семінари. Частково-пошуковий, дослідницький	Оцінювання виконання індивідуальних практичних завдань
2.5	просувати туристичну продукцію	Семінари. Діалогово-комунікаційний, проблемно-пошуковий	Усне поточне опитування під час аудиторних занять,, письмовий експрес-контроль (тест), письмова модульна контрольна робота
	<b>Комунікація:</b>		
3.1.	володіти сучасними засобами комунікацій та інформації;	Лекції, семінари. Діалогово-комунікаційний, частково-пошуковий.	Участь у дискусії, виконання практичних завдань.
3.2.	використовувати набуті знання для вирішення завдань.	Лекції, семінари. Діалогово-комунікаційний, репродуктивний, частково-пошуковий, дослідницький	Оцінювання виконання індивідуальних практичних завдань, письмова модульна контрольна робота.
	<b>Відповідальність:</b>		
4.1.	формування навичок розробки інформаційної та туристичної продукції, самовдосконалення й саморозвитку, персональної відповідальності	Лекції, семінари. Репродуктивний, частково-пошуковий, дослідницький	Виконання практичних завдань, Презентація та захист власних розробок.
4.2.	відстоювати погляди у розв'язанні професійних завдань.	Лекції, семінари. Репродуктивний, частково-пошуковий, дослідницький.	Усне поточне опитування, участь у дискусії, письмова модульна контрольна робота.

## 7. Співвідношення очікуваних результатів навчання з дисципліни із програмними результатами навчання

Результати навчання з дисципліни (код) Програмні результати навчання (назва)	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	2.3.	2.4	2.5	3.1	3.2	4.1	4.2
ПРН01. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів.	+												
ПРН02. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії туризму, організації туристичного процесу та туристичної діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг, а також світоглядних та суміжних наук.		+				+	+	+	+				
ПРН 06. Застосовувати у практичній діяльності принципи і методи організації та технології обслуговування туристів	+				+	+					+	+	
ПРН 07.Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт		+			+		+		+				
ПРН10.Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна)				+				+		+			
ПРН12.Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг.				+		+			+		+		
ПРН19. Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПРН20. Виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання.							+		+	+		+	+
ПРН21.Приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності											+	+	+



ПРН23. Зосереджуватися на результатах при виконанні завдань та вміти їх презентувати.			+		+		+		+		+	+	+
ПРН24. Використовувати професійну термінологію, оперувати туристичною інформацією, вести дискусію та передавати власну думку в усній та письмовій формах.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПРН26. Розробляти та застосовувати заходи, спрямовані на підвищення якості туристичного обслуговування						+	+	+	+	+	+	+	+

## 8. Система оцінювання результатів навчання студентів

Система модульно-рейтингового контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти має таку структуру:

№ з/п	Форма підсумкового контролю	Види навчальної діяльності здобувача	Максимальна кількість балів
1.	Передбачений підсумковий контроль – іспит	1. Аудиторна та самостійна позааудиторна робота	<b>50</b>
		2. Модульна контрольна робота (МКР)	<b>20</b>
		3. Іспит	<b>30</b>
		<b>Разом</b>	<b>100</b>

Поточне оцінювання всіх видів навчальної діяльності здобувача (аудиторна робота та самостійна робота) здійснюється в національній 4-бальній шкалі – «відмінно» («5»), «добре» («4»), «задовільно» («3»). Невиконання завдань самостійної роботи, невідвідування семінарських та практичних занять позначаються «0».

## Критерії оцінювання аудиторної роботи

№ п/п	Види навчальної діяльності	Оцінка	Критерії оцінки
1.	Відповідь на основні питання	5	Правильна, ґрунтовна, повна відповідь, творче висвітлення проблем. Демонстрація самостійного знаходження відповіді на проблемні запитання, спираючись на лекційний матеріал та додаткову літературу; вміння аналізувати, робити власні висновки; здатність встановлювати міжтематичні та міжпредметні зв'язки.
		4	Відповідь правильна, але недостатньо повна, розгорнута та ґрунтовна. На проблемні запитання здобувач знаходить відповідь за допомогою викладача, спираючись переважно на лекційний матеріал без застосування додаткової літератури.
		3	Відповідь поверхнева з порушенням логіки, неаргументована. Здобувач, формулюючи відповідь на питання, репродуктивно відбиває зміст лекційного матеріалу, допускає помилки у визначенні понять та категорій, не здатний знайти відповідь на проблемні запитання, чи вирішити проблемні завдання.
		2	Відповідь неправильна. Здобувач демонструє нездатність розкрити питання семінару, допускає багато суттєвих помилок у визначенні понять та категорій.
2.	Доповнення, відповіді на проблемні питання, виконання практичних завдань тощо.	5	Максимально висока активність, що свідчить про всебічну обізнаність матеріалу, систематичну підготовку до занять на основі опрацювання лекційного матеріалу та додаткової літератури.
		4	Висока активність, що свідчить про обізнаність матеріалу. Доповнення підтверджують систематичну підготовку здобувача, але виявляють його репродуктивні, а не власні судження тощо.
		3	Середня активність, що свідчить про недостатню обізнаність матеріалу. Здобувач дає відповіді на запитання поверхнево, допускає помилки у визначенні понять та категорій.

		2	Низька активність, що свідчить про не володіння матеріалом.
3.	Експрес-контроль (робота на занятті протягом 10-15 хв.: поточна письмова робота (практичне завдання, тест), вибіркоче опитування ін.)	5	Повна відповідь за критеріями конкретного виду роботи.
		4	Недостатньо повна відповідь за критеріями конкретного виду роботи.
		3	Відповідь поверхнева з порушенням логіки, неаргументована.
		2	Незадовільна відповідь за критеріями конкретного виду роботи.

Після закінчення вивчення модуля виводиться середнє значення оцінок, отриманих здобувачем на семінарських заняттях. У випадку, якщо здобувач не відвідав семінарське заняття, він не допускається до іспиту, якщо не відпрацює пропущене заняття. Якщо здобувач не відвідав жодного семінарського заняття, йому виставляється 0 балів.

Позааудиторна самостійна робота здобувачів включає виконання завдань, які пропонуються викладачем (письмові практичні роботи, аналітичні розрахунково-графічні завдання, підготовка презентацій). Самостійна робота оцінюється за п'ятибальною системою.

### **Критерії оцінювання самостійної роботи здобувача (письмові практичні роботи, підготовка презентацій)**

Критерії оцінки	Оцінка
Робота виконана правильно, творчо і самостійно, демонструє належний рівень знань та сформованість практичних навичок; оформлена згідно вимог, які висуваються до даного типу завдань.	«відмінно»
Робота виконана самостійно, містить несуттєві помилки, демонструє належний рівень знань сформованість практичних навичок; оформлена згідно вимог, які висуваються для даного типу завдань.	«добре»
Робота виконана, але містить помилки, демонструє недостатній рівень знань та недостатню сформованість практичних навичок; оформлення роботи не в повній мірі відповідає вимогам, що висуваються для даного типу завдань.	«задовільно»
Виконана робота не відповідає вимогам, які вказані вище як критерії для виставлення позитивної оцінки.	«незадовільно»

У кінці вивчення навчального матеріалу напередодні заліково-екзаменаційної сесії викладач виставляє одну оцінку за аудиторну та позааудиторну самостійну роботу здобувача як середнє арифметичне значення усіх поточних

оцінок за ці види робіт з округленням до десятої частки. Цю оцінку викладач трансформує в **рейтинговий бал за роботу протягом семестру** шляхом помноження на **10**. Таким чином, максимальний рейтинговий бал за роботу протягом семестру становить **50**.

Наприкінці семестру здобувачі виконують письмову модульну контрольну роботу. Модульна контрольна робота складається з тестових питань (репродуктивний рівень), а також питань алгоритмічного (рівень В) та творчого (рівень С) рівнів складності.

Максимальна кількість балів за модульну контрольну роботу – **20**. Час виконання модульної контрольної роботи – **1 год. 20 хв.**

### Критерії оцінювання модульної контрольної роботи

Тестові питання (маx 10 б.)	10 б	Всього 20 тестових завдань, кожна правильна відповідь – 0,5 б.
Питання алгоритмічного рівня (маx 4 б.)	4	відповідь повна, логічна, послідовна. Здобувач демонструє відмінне знання фактологічного матеріалу, досконало орієнтується у змісті питання;
	3	відповідь у цілому правильна, проте недостатньо повна та змістовна;
	1 – 2	відповідь неповна, поверхнева, із суттєвими помилками та неточностями;
	0	відповідь відсутня або повністю не відповідає змісту питання.
Питання творчого рівня (маx 6 б.)	6	відповідь вичерпна, змістовна, логічна та послідовна, містить самостійні судження та демонструє здатність творчого розв'язання поставлених завдань; здобувач вільно оперує поняттями та термінологією, аргументовано доводить власну точку зору;
	5	відповідь правильна, змістовна, послідовна, але містить недоліки та неточності у розв'язанні завдань; здобувач демонструє недостатнє обґрунтування власної точки зору;
	3 – 4	відповідь неповна, схематична, є неточності та помилки у викладенні матеріалу, рівень самостійності суджень недостатній;
	1 – 2	відповідь поверхнева, нелогічна, містить суттєві помилки та неточності, рівень самостійності суджень низький;
	0	відповідь відсутня або не відповідає змісту питання.

**Семестровий рейтинговий бал** є сумою рейтингового бала за роботу протягом семестру і рейтингового бала за модульну контрольну роботу.

### ***Іспит***

Здобувачам, які мають семестровий рейтинговий бал з дисципліни **63 – 70**, за рішенням кафедри може бути виставлена підсумкова оцінка за дисципліну за національною шкалою **«відмінно»**, за шкалою ЄКТС – **А**. **Підсумковий рейтинговий бал** виставляється шляхом додавання до семестрового рейтингового бала здобувача **30 балів**.

Іспит відбувається в **усній формі**. Здобувачі мають дати відповідь на три питання екзаменаційного білету.

В умовах **дистанційного навчання** здобувачі складають іспит в **он-лайн режимі** на інформаційній платформі Teams в реальному часі відповідно до розкладу іспитів, складеного деканатом факультету. Обов'язковою умовою складання іспиту є підключення з відеозв'язком (з персонального комп'ютера, телефону або іншого пристрою).

Здобувачі обирають екзаменаційний білет шляхом вибору його порядкового номеру. Питання екзаменаційного білету екзаменатор відправляє у чаті конференції. На підготовку для відповіді здобувачам дається 10 хв. За бажанням здобувачі можуть починати відповідати раніше відведеного часу.

Максимальний екзаменаційний бал становить **30**. Викладач оцінює відповідь здобувача на іспиті у 4-бальній шкалі. Ця оцінка трансформується в **екзаменаційний рейтинговий бал** у такий спосіб:

**«відмінно»** – 30 балів;

**«добре»** – 23 бали;

**«задовільно»** – 18 балів;

**«незадовільно»** – 0 балів.

### **Критерії оцінювання відповіді здобувача на іспиті**

Повна і правильна відповідь на всі питання екзаменаційного білета, здобувач демонструє знання фактологічного матеріалу, основних теоретичних питань курсу, вичерпно відповідає на додаткові запитання викладача, творчо застосовує теоретичний апарат дисципліни.	«відмінно»
У цілому правильна відповідь на питання екзаменаційного білета, здобувач вміє робити аналіз і висновки, але на додаткові запитання викладача відповідає з деякими неточностями та недоліками.	«добре»
Поверхова відповідь на питання екзаменаційного білета, здобувач припускається окремих помилок при висвітленні фактологічного матеріалу, частково знає відповідь на запропоновані питання і демонструє наявність окремих елементів самостійного мислення.	«задовільно»
Відсутність будь-якої відповіді на теоретичні запитання внаслідок незнання програмного матеріалу.	«незадовільно»

Підсумкова оцінка за дисципліну виставляється за підсумковим рейтинговим балом (сума семестрового рейтингового бала та екзаменаційного бала) за таблицею:

Підсумковий рейтинговий бал	Оцінка за шкалою ЄКТС	Підсумкова оцінка за дисципліну за національною шкалою
90 – 100	A	<b>відмінно</b>
82 – 89	B	<b>добре</b>
75 – 81	C	
66 – 74	D	<b>задовільно</b>
60 – 65	E	
0 – 59	FX	<b>незадовільно</b> з можливістю повторного складання

Якщо здобувач на іспиті з дисципліни, з якої він мав семестровий рейтинговий бал **менше 42 балів**, отримує **позитивну** екзаменаційну оцінку («відмінно» («5»), «добре» («4»), «задовільно» («3»)), то йому виставляється підсумкова оцінка з дисципліни за національною шкалою **лише «задовільно»**, за шкалою ЄКТС – **E**, а в екзаменаційній відомості в графі «Підсумковий рейтинговий бал» ставиться **60 балів**.

#### **Умови допуску до семестрового іспиту**

Для допуску здобувача вищої освіти до іспиту з дисципліни «Маркетинг у туризмі» необхідним є виконання ним вимог навчального плану і графіка навчального процесу, а саме:

- всі пропущені аудиторні заняття мають бути відпрацьовані;
- усіх видів робіт, передбачені робочою програмою навчальної дисципліни, мають бути виконані.

## 9. Програма навчальної дисципліни. Тематичний план занять

№ п/п	№ і назва теми (включно із темами, що винесені на самостійне опрацювання)	Кількість годин			
		Денна форма			
		Разом	у тому числі		
лекції	семінарські практичні заняття		самостійна робота		
<b>Модуль 1</b>					
<b>Змістовий модуль 1. Теоретико-практичні основи маркетингу у туризмі</b>					
1	<b>Тема 1.</b> Теоретичні засади маркетингу		2	2	4
2	<b>Тема 2.</b> Маркетингове середовище туристичного підприємства		2	4	6
3	<b>Тема 3.</b> Маркетингова інформаційна система		2	2	4
4	<b>Тема 4.</b> Дослідження ринку туристичних послуг		2	2	6
5	<b>Тема 5.</b> Сегментація ринку туристичних послуг		2	4	6
6	<b>Тема 6.</b> Маркетингова продуктова політика		2	2	4
7	<b>Тема 7.</b> Маркетингова цінова політика		2	2	6
8	<b>Тема 8.</b> Маркетингова комунікаційна політика		2	2	4
9	<b>Тема 9.</b> Маркетингова політика збуту туристичного продукту		2	4	6
10	<b>Тема 10</b> Організація маркетингу на підприємстві		2	2	4
	<b>Разом годин за модулем 1</b>	<b>90</b>	<b>20</b>	<b>24</b>	<b>46</b>
	<b>Усього</b>	<b>90</b>	<b>20</b>	<b>24</b>	<b>46</b>

## 10. Рекомендована література

### Базова

1. Бабарицька В. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: навчальний посібник. Київ: Альтерпрес, 2008. 288 с.
2. Бриггс С. Маркетинг в туризмі. Київ: Знання-Прес, 2005. 358 с.
3. Вачевський М.В. Промисловий маркетинг: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2004. 256 с.
4. Крикавський Є. Логістичне управління: підручник. Львів: Видавництво НУ «Львівська політехніка», 2005. 684 с.

5. Любіцева, Ольга Олександрівна. Маркетинг у туризмі: практикум / О. О. Любіцева, О. Г. Давидова. - К. : ВПЦ "Київ. ун-т", 2017. - 255 с. - ISBN 978-966-439-942-2
6. Мальська М.П. Маркетинг туризму: Підручник. Львів: Український бестселер, 2015. 364 с.
7. Мальська М.П. Міжнародна маркетингова діяльність. Київ: ЦУЛ, 2013. 288 с.
8. Кудла Н.Є Маркетинг туристичних послуг. Київ: Знання, 2011. 351 с.
9. Холлоуей, Дж. К. Туристический маркетинг : пер. с 4-го англ. изд.: учебное пособие / Дж. К. Холлоуей; пер. с англ. А. А. Кожевниковой. - К. : Знання, 2008. - 575, [16] с. : цв.ил., ил. - ISBN 978-966-346-507-4. - ISBN 0-273-68229-6
10. Шульгіна, Л. М. Маркетингове управління туристичними підприємствами : монографія / Л. М. Шульгіна, М. Л. Ткешелашвілі. - Тернопіль : Астон, 2011. - 296 с. - ISBN 978-966-308-404-6

### Додаткова

1. Балабанова Л.В. Комерційна діяльність: маркетинг і логістика: навчальний посібник. Київ: ВД «Професіонал», 2004. 288 с.
2. Гетьман О.О. Економічна діагностика: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Київ: Центр навчальної літератури, 2007. 307 с.
3. Данько Н. І. Брендинг як напрям вдосконалення рекламної стратегії туристичного підприємства. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. № 1086. 2013. С.131–134.
4. Зубарева М. А. Особливості реклами та ПР у туризмі. *Грані. Соціологія*. № 10/1 (126). жовтень 2015. С. 131–136.
5. Котлер Ф. Основы маркетинга: пер. с англ. /Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг. 2-е епроп. изд. – М.; СПб.; К.: Издательский дом «Вильямс», 2006. 944 с.
6. Кузик С.П. Географія туризму: навч. посібник. Київ : Знання, 2011. 271 с.
7. Карпов В.А. Маркетинг: прогнозування кон'юнктури ринку: навчальний посібник. Київ: Знання, 2001. 215 с.

### 11. Інформаційні ресурси

1. Інформаційно-аналітичний Інтернет-ресурс для фахівців у сфері подорожей та гостинності "TOURBUSINESS" URL: <http://www.tourbusiness.ua/about/>
2. Офіційна Інтернет-сторінка Всесвітньої туристичної організації URL: <http://www.unwto.org/>



3. Офіційна Інтернет-сторінка Державного агентства України з туризму і курортів URL : <http://www.tourism.gov.ua/ua/>
4. Офіційна Інтернет-сторінка Туристичної асоціації України URL: <http://www.tau.org.ua/>
5. Туристичний портал України «Стежка.com» URL: <http://www.stejka.com/ukr/>

## **12. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання якого передбачає навчальна дисципліна**

Мультимедійне обладнання; програми Microsoft Word, Microsoft Power Point, додатки платформи для дистанційного навчання Microsoft Office 365.