

КІЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ ТУРИЗМУ, БІЗНЕСУ І ПСИХОЛОГІЇ

Кафедра психології і туризму



ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з навчально-виховної роботи

Мирослав СОЛОВЕЙ

«23» червня 2023 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	2023/2024
Семестр	VI
Кількість кредитів ЄКТС	4
Мова навчання	українська
Форма підсумкового контролю	іспит

Розробник:

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

Схвалено на засіданні кафедри психології і туризму
«08» червня 2023 року, протокол № 16

Завідувач кафедри

Олександр БОНДАРЕНКО

Схвалено на засіданні вченої ради факультету туризму, бізнесу і психології
«23» червня 2023 року, протокол № 9

Голова вченої ради факультету

Ганна КУЧЕРЯВА

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) – 4 кредити ЄКТС; 120 год., у тому числі:
 - лекції – 28 год.
 - семінарські заняття – 32 год.
 - самостійна робота – 60 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 збути 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		
	Знати:		
1.1.	специфіку туристичних послуг;	Лекції, семінари; пояснлюально-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.
Уміти:			
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
Комунікація:			
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.
Відповіальність:			
4.1.	формування навичок розробки інформаційної та туристичної продукції, самовдосконалення й саморозвитку, персональної відповіальності	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 дисципліні 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	50
		2. Модульна контрольна робота (МКР)	20
		3. Іспит	30
		Разом	100

Поточне оцінювання всіх видів навчальної діяльності здобувача (аудиторна робота та самостійна робота) здійснюється в національній 4-балльній 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), вибіркове 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.

Позаудиторна 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; оформленна 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 (<i>max 10 б.</i>)	10 б	Всього 20 тестових завдань, кожна правильна відповідь – 0,5 б.
Питання алгоритмічного рівня (<i>max 4 б.</i>)	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 (<i>max 6 б.</i>)	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 сумаю рейтингового бала за роботу протягом семестру і рейтингового бала за модульну контрольну роботу.

Iспит

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 пристроя).

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-балльній 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 школою ЄКТС	Підсумкова оцінка за дисципліну за національною школою
90 – 100	A	відмінно
82 – 89	B	добре
75 – 81	C	
66 – 74	D	задовільно
60 – 65	E	
0 – 59	FX	незадовільно 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 школою **лише «задовільно»**, за школою 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	самостійн а робота
Модуль 1					
Змістовий модуль 1. Теоретико-практичні основи маркетингу у туризмі					
1	Тема 1. Теоретичні засади маркетингу		2	2	6
2	Тема 2. Маркетингове середовище туристичного підприємства		4	4	6
3	Тема 3. Маркетингова інформаційна система		2	2	6
4	Тема 4. Дослідження ринку туристичних послуг		2	4	8
5	Тема 5. Сегентація ринку туристичних послуг		2	4	6
6	Тема 6. Маркетингова продуктова політика		2	4	6
7	Тема 7. Маркетингова цінова політика		4	4	6
8	Тема 8. Маркетингова комунікаційна політика		4	4	8
9	Тема 9. Маркетингова політика збути туристичного продукту		4	4	6
10	Тема 10 Організація маркетингу на підприємстві		2	2	6
Разом годин за модулем 1		120	28	32	60
Усього		120	28	32	60

10. Рекомендована література

Базова

1. Бабарицька В. (2008). *Менеджмент туризму. Туropерайтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: навчальний посібник*. Київ: Альтерпрес.
2. Бригgs С. (2005). *Маркетинг в туризме*. Київ: Знання-Прес.
3. Вачевський М.В. (2004). *Промисловий маркетинг: навчальний посібник*. Київ: ЦУЛ.
4. Крикавський Є. (2005). *Логістичне управління: підручник*. Львів: Видавництво НУ «Львівська політехніка».

5. Любіцьєва О. О. (2017). *Маркетинг у туризмі: практикум*. Київ: ВПЦ "Київ. ун-т".
6. Мальська М.П. (2015). *Маркетинг туризму: підручник*. Львів: Український бестселер.
7. Мальська М.П. (2013). *Міжнародна маркетингова діяльність*. Київ: ЦУЛ.
8. Кудла Н.Є. (2011). *Маркетинг туристичних послуг*. Київ: Знання.
9. Холловей, Дж. К. (2008). *Туристический маркетинг : пер. с 4-го англ. изд.: учебное пособие*. Київ: Знання.
10. Шульгіна, Л. М. (2011). *Маркетингове управління туристичними підприємствами: монографія*. Тернопіль: Астон.

Додаткова

1. Балабанова Л.В. (2004). *Комерційна діяльність: маркетинг і логістика: навчальний посібник*. Київ: ВД «Професіонал».
2. Гетьман О.О. (2007). *Економічна діагностика: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів*. Київ: Центр навчальної літератури.
3. Данько Н. І. (2013). Брендинг як напрям вдосконалення рекламної стратегії туристичного підприємства. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм», № 1086*, с.131–134.
4. Зубарєва М. А. (2015). Особливості реклами та ПР у туризмі. *Грані. Соціологія*, № 10/1 (126), с. 131–136.
5. Кузик С.П. (2011). *Географія туризму: навчальний посібник*. Київ: Знання.
6. Карпов В.А. (2001). *Маркетинг: прогнозування кон'юнктури ринку: навчальний посібник*. Київ: Знання.
7. Кучай, О.В. (2021). *Вдосконалення механізму формування та реалізації маркетингової стратегії туристичного підприємства в сучасних умовах, Реформування економічної системи в контексті міжнародного співробітництва: механізми, стратегії та інновації: матеріали доповідей міжнародної науково-практичної конференції*. Ужгород: Видавничий дім «Гельветика».
8. Кучай, О.В. (2022). *Маркетингові дослідження конкурентного середовища в туризмі, «Ad orbem per Linguas. До світу через мови»*. «Україна у транскультурному й мультимодальному світі»: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. Київ: Видавничий центр КНЛУ.
9. Kuchai Oksana (2022). Impact of Marketing Strategy on the Competitiveness of Tourism and Hotel Businesses. *Review of Economics and Finance this link is disabled*, 20(1), 399–405.

11.Інформаційні ресурси

1. Інформаційно-аналітичний Інтернет-ресурс для фахівців у сфері подорожей та гостинності "TOURBUSINESS". Взято з <http://www.tourbusiness.ua/about/>
2. Офіційна Інтернет-сторінка Всесвітньої туристичної організації. Взято з: <http://www.unwto.org/>
3. Офіційна Інтернет-сторінка Державного агентства України з туризму і курортів URL. Взято з <http://www.tourism.gov.ua/ua/>
- 4.Офіційна Інтернет-сторінка Туристичної асоціації України. Взято з: <http://www.tau.org.ua/>
- 5.Туристичний портал України «Стежка.com». Взято з:
<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.