Освітній компонент	**Вибірковий освітній компонент 5 «Маркетинг туризму»**
Рівень ВО	Перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	075 Маркетинг / Маркетинг
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	3 курс, 5 семестр, 5 кредитів ЄКТС
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (всього: з них лекції/практичні)	150 год, з них: лекц. – 10 год, практ. – 20 год
Мова викладання	Українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Кафедра маркетингу
Автор дисципліни	Кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки і торгівлі **Данилюк Тетяна Іллівна**
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Знання основ макроекономіки, мікроекономіки, економіки підприємства, менеджменту та маркетингу.
Що буде вивчатися	Вивчається стан основних проблем науки маркетинг туризму; предмет, суть та значення маркетингу туризму; принципи, моделі та способи організації роботи відділу маркетингу на підприємстві туристичної сфери; сутність маркетингової товарної політики підприємства туристичної сфери; сутність маркетингової цінової політики підприємства туристичної сфери; сутність маркетингової збутової політики підприємства туристичної сфери; сутність маркетингової політики комунікацій підприємства туристичної сфери; контроль маркетингової діяльності на підприємстві туристичної сфери; основи дослідження і проектування організаційних систем для раціональної організації діяльності підприємства туристичної сфери.
Чому це цікаво/треба вивчати	В основі має місце торгівля як послугами, так і товарами, а також особливий характер споживання туристичних послуг і товарів на місці їх виробництва.
Чому можна навчитися (результати навчання)	ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для

	розв’язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, Програмні результати навчання, визначені ЗВО обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПРН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб’єктів. ПРН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб’єкта та їх взаємозв’язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПРН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб’єкта. ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб’єкта в кросфункціональному розрізі.