

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015		Ф-19.10- 04.01/242.00.1/М/ ОК4-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1 Арк 17/1

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою факультету
бізнесу та сфери обслуговування

27 серпня 2024 р., протокол № 8

Голова Вченої ради

Галина ТАРАСЮК



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Стратегічний маркетинг в туризмі»

для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «магістр»
спеціальності 242 «Туризм і рекреація»
освітньо-професійна програма «Туризмознавство»
факультет бізнесу та сфери обслуговування
кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Схвалено на засіданні кафедри
туризму та готельно-ресторанної
справи

26 серпня 2024 р.,
протокол № 9

Завідувач кафедри

Альона КЛИМЧУК

Гарант освітньо-професійної
програми

Валентина ЛЮБЧЕНКО

Розробник: к.е.н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Віталіна КАЛЕНСЬКА

Житомир
2024 – 2025 н.р.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.10- 04.01/242.00.1/М/ ОК4 -1-2024
	<i>Випуск 1</i>	<i>Зміни 0</i>	<i>Екземпляр № 1</i>	<i>Арк 17/2</i>

Робоча програма навчальної дисципліни «Стратегічний маркетинг в туризмі» для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «магістр» спеціальності 242 «Туризм і рекреація» освітньо-професійна програма «Туризмознавство» затверджена Вченою радою факультету бізнесу та сфери обслуговування від 27 серпня 2024 р., протокол № 8.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.10- 04.01/242.00.1/М/ ОК4 -1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 17/ 3

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»	обов'язкова (обов'язкова, вибіркова)	
Модулів – 1	Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2		2	2
Загальна кількість годин – 90		Семестр	
		3	3
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 самостійної роботи – 3,6	Освітній ступінь «магістр»	Лекції	
		16 год.	4 год.
		Практичні	
		32 год.	6 год.
		Лабораторні	
		0 год.	0 год.
		Самостійна робота	
42 год.	80 год.		
		Вид контролю: залік	

Частка аудиторних занять і частка самостійної та індивідуальної роботи у загальному обсязі годин з навчальної дисципліни становить:

для денної форми навчання – 53 % аудиторних занять, 47 % самостійної та індивідуальної роботи;

для заочної форми навчання – 11% аудиторних занять, 89 % самостійної та індивідуальної роботи.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.10- 04.01/242.00.1/М/ ОК4 -1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 17/4

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни є вивчення та оволодіння студентами методами аналізу ринку і внутрішнього середовища підприємства та розвиток наукового мислення щодо розробки маркетингової стратегії на основі проведеного аналізу.

Завданнями навчальної дисципліни є:

- навчитися аналізувати стан внутрішнього середовища підприємства та тенденції його розвитку;
- навчитися аналізувати стан зовнішнього середовища підприємства та тенденції його розвитку;
- навчитися аналізувати привабливість ринку, окремих його сегментів та конкурентоспроможність підприємства в конкретних сегментах;
- оволодіти методикою сегментування ринку, вибору цільових ринкових сегментів та позиціонування товару підприємства в обраних ринкових сегментах;
- розробляти маркетингові стратегії в тісному взаємозв'язку із корпоративною (діловою) стратегією підприємства;
- вміти визначати стратегічні рішення стосовно елементів комплексу маркетингу;
- розробляти маркетинговий план.

Зміст навчальної дисципліни направлений на формування наступних **компетентностей**, визначених стандартом вищої освіти зі спеціальності 242 «Туризм і рекреація»:

ЗК 7. Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

СК3. Здатність до управління туристичним процесом у публічному секторі, в туристичній дестинації, туристичному підприємстві на різних ієрархічних рівнях.

СК5. Здатність оперувати інструментами збору, обробки інформації, аналізувати та управляти туристичною інформацією.

СК6. Здатність до аналізу, прогнозування, планування бізнес-процесів та геопросторового планування у сфері туризму та рекреації.

СК8. Здатність сприяти відродженню та збереженню матеріальної і духовної спадщини українського народу.

Отримані знання з навчальної дисципліни стануть складовими наступних **програмних результатів** навчання за спеціальністю 242 «Туризм і рекреація»:

ПРН4. Проводити аналіз геопросторової організації туристичного процесу, проектувати його стратегічний розвиток на засадах сталості.

ПРН5. Здійснювати комплексний аналіз і оцінювання функціонування туристичного ринку різних ієрархічних рівнів,

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.10- 04.01/242.00.1/М/ ОК4 -1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 17/ 5

прогнозувати тенденції його розвитку.

ПРН6. Аналізувати та оцінювати діяльність суб'єктів туристичного ринку, планувати результати їх стратегічного розвитку.

ПРН8. Управляти процесами в суб'єктах індустрії туризму та рекреації на різних ієрархічних рівнях, які є складними, непередбачуваними і потребують нових стратегічних підходів.

Під час вивчення навчальної дисципліни здобувачі вищої освіти зможуть отримати наступні Soft skills:

- *комунікативні навички*: письмове, вербальне й невербальне спілкування; вести дискусію і відстоювати свою позицію; навички працювати в команді;
- *уміння виступати привселюдно*: навички, необхідні для виступів на публіці; навички проведення презентації;
- *керування часом*: уміння справлятися із завданнями вчасно;
- *гнучкість і адаптивність*: гнучкість, адаптивність і здатність змінюватися; уміння аналізувати ситуацію, орієнтування на вирішення проблеми;
- *лідерські якості*: уміння спокійно працювати в напруженому середовищі; уміння ухвалювати рішення; уміння ставити мету, планувати діяльність;
- *особисті якості*: етичність, чесність, терпіння, повага до оточуючих.

3. Програма навчальної дисципліни

Модуль

Змістовий модуль 1. Методологічні засади стратегічного маркетингу в туризмі

Тема 1. Сутність і сфера стратегічного маркетингу в туризмі (ЗК7, СК3, ПРН 4, ПРН 6)

Місце стратегічного маркетингу у структурі управління маркетингом та підприємством (фірмою). Основні категорії стратегічного маркетингу.

Тема 2. Аналіз маркетингового середовища (СК5, СК6, ПРН5, ПРН8)

Сутність і склад маркетингового середовища. Фактори маркетингового макросередовища. Фактори маркетингового мікросередовища.

Етапи аналізу маркетингового середовища. Аналіз сильних і слабких сторін фірм, їх маркетингових можливостей та загроз (SWOT-аналіз).

Тема 3. Визначення конкурентних переваг підприємства (ЗК7, СК3, ПРН6, ПРН8)

Поняття конкурентної переваги. Види конкурентних переваг.

Сутність та причини відносного характеру конкурентних переваг.

Середовище, що формує конкурентні переваги. Вплив конкурентних переваг

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.10- 04.01/242.00.1/М/ ОК4 -1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 17/ 6

на конкурентоспроможність підприємства

Змістовий модуль 2. Маркетингові стратегії та портфельне управління бізнесом

Тема 4. Маркетингові стратегії росту (СК5, СК6, ПРН4, ПРН5)

Сутність і класифікація маркетингових стратегій росту. Маркетингові стратегії інтенсивного зростання. Маркетингові стратегії інтегративного росту. Види стратегій інтеграції.

Тема 5. Управління бізнес-портфелем підприємства (СК3, СК6, ПРН6, ПРН8)

Сутність маркетингового управління портфелем бізнесу. Маркетингові стратегії багатобізнесових підприємств. Стратегія комбінування (портфельна) - загальна стратегія багатобізнесового підприємства.

Тема 6. Маркетингові стратегії диференціації та позиціонування (ЗК7, СК5, ПРН4, ПРН8)

Поняття та різновиди маркетингової стратегії диференціації. Диференціація продукції та послуг. Диференціація персоналу. Диференціація каналів розподілу.

Сутність стратегії позиціонування. Етапи побудови схеми позиціонування.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.10- 04.01/242.00.1/М/ ОК4 -1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 17/7

4. Структура (тематичний план) навчальної дисципліни

Змістові модулі і теми	Кількість годин							
	денна форма				заочна форма			
	усього	лекції	практичні	самостійна робота	усього	лекції	практичні (лабораторні)	самостійна робота
Модуль 1								
Змістовий модуль 1. Методологічні засади стратегічного маркетингу в туризмі								
Тема 1. Сутність і сфера стратегічного маркетингу в туризмі	10	3	5	11	20	1	1	20
Тема 2. Аналіз маркетингового середовища.	20	2	6	5	10	-	1	10
Тема 3. Визначення конкурентних переваг підприємства.	10	3	5	5	10	1	1	10
Разом за змістовий модуль 1	40	8	16	21	40	2	3	40
Змістовий модуль 2. Маркетингові стратегії та портфельне управління бізнесом								
Тема 4. Маркетингові стратегії росту.	20	2	5	5	10	1	1	10
Тема 5. Управління бізнес-портфелем підприємства.	10	3	5	5	20	1	1	10
Тема 6. Маркетингові стратегії диференціації та позиціонування.	20	3	6	11	20	-	1	20
Разом за змістовий модуль 2	50	8	16	21	50	2	3	40
ВСЬОГО	90	16	32	42	90	4	6	80

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.10- 04.01/242.00.1/М/ ОК4 -1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 17/8

5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
Модуль 1			
Змістовий модуль 1. Методологічні засади стратегічного маркетингу в туризмі			
1	Тема 1. Сутність і сфера стратегічного маркетингу в туризмі	5	1
2	Тема 2. Аналіз маркетингового середовища.	5	1
3	Тема 3. Визначення конкурентних переваг підприємства.	6	1
Змістовий модуль 2. Маркетингові стратегії та портфельне управління бізнесом			
4	Тема 4. Маркетингові стратегії росту.	5	1
5	Тема 5. Управління бізнес-портфелем підприємства.	5	1
6	Тема 6. Маркетингові стратегії диференціації та позиціонування.	6	1
РАЗОМ		32	6

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.10- 04.01/242.00.1/М/ ОК4 -1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 17/9

6. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
Модуль 1			
Змістовий модуль 1. Методологічні засади стратегічного маркетингу в туризмі			
1	Основи стратегічного маркетингу в туризмі: концепції, принципи та підходи. Розглядаються базові концепції стратегічного маркетингу та їх застосування у туристичній галузі.	4	10
2	Методологічні основи стратегічного аналізу в туризмі. Вивчаються інструменти стратегічного аналізу, такі як SWOT-аналіз, PESTEL-аналіз, модель п'яти сил Портера тощо.	4	10
3	Аналіз конкурентного середовища туристичних підприємств. Оцінка ринкових умов та аналіз конкурентів з використанням стратегічних моделей.	4	10
4	Розробка стратегій позиціонування та диференціації туристичних продуктів. Визначення унікальних характеристик туристичних продуктів та стратегій для їх просування на ринку.	4	10
5	Стратегічне планування в туристичних підприємствах. Включає визначення місії, візії, стратегічних цілей та розробку плану дій для досягнення цих цілей.	5	10
Змістовий модуль 2. Маркетингові стратегії та портфельне управління бізнесом			
6	Аналіз і вибір маркетингових стратегій для туристичних підприємств. Розгляд основних типів маркетингових стратегій (наприклад, стратегії проникнення на ринок, стратегії розвитку ринку, стратегії диверсифікації) та їх застосування в контексті туристичних підприємств.	8	10
7	Методи і інструменти для розробки маркетингових стратегій росту. Вивчення стратегій росту, таких як збільшення ринкової частки, розширення асортименту, вихід на нові ринки, та інструментів для їх реалізації.	8	10
8	Аналіз і управління ризиками в маркетингових стратегіях. Ідентифікація та оцінка ризиків, пов'язаних з реалізацією маркетингових стратегій, і розробка планів з їх управління.	5	10
РАЗОМ		42	80

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.10- 04.01/242.00.1/М/ ОК4 -1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 17/10

7. Індивідуальні самостійні завдання

Студент виконує індивідуальну самостійну письмову практичну контрольну роботу. Робота складається з практичної частини.

Місія банку: банк «АВС» – це сучасний міжнародний банк, який здійснює увесь спектр банківських послуг для фізичних та юридичних осіб України.

Необхідно:

1. Ознайомитися зі змістом місії конкретного підприємства.
2. Реконструювати й описати за наведеним формулюванням місії підприємства її складові елементи.
3. Обґрунтувати, що в наведеній місії підприємства визначає кожен із обов'язкових елементів формулювання місії.

8. Методи навчання

Під час викладання навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання.

Результат навчання	Методи навчання
<i>ПРН4</i> Проводити аналіз геопросторової організації туристичного процесу, проектувати його стратегічний розвиток на засадах сталості.	<ul style="list-style-type: none"> – Вербальні методи (лекція, пояснення) – Наочні методи (спостереження, демонстрація, ілюстрація) – Практичні методи (проведення дослідів, експериментів, виконання різних видів вправ, практичних завдань, кейсів) – Дискусійний метод – Метод активного навчання (проведення ділових ігор, мозковий штурм, командна робота) – Ситуаційний метод – Методи самостійної роботи (анотування опрацьованого матеріалу, вирішення задач, проведення розрахунків, написання есе, підготовка доповідей, написання наукових статей)
<i>ПРН5</i> Здійснювати комплексний аналіз і оцінювання функціонування туристичного ринку різних ієрархічних рівнів, прогнозувати тенденції його розвитку.	<ul style="list-style-type: none"> – Вербальні методи (лекція, пояснення) – Наочні методи (спостереження, демонстрація, ілюстрація) – Практичні методи (проведення дослідів, експериментів, виконання різних видів вправ, практичних завдань, кейсів) – Дискусійний метод – Метод активного навчання (проведення ділових ігор, мозковий штурм, командна

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.10- 04.01/242.00.1/М/ ОК4 -1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 17/11

Результат навчання	Методи навчання
	робота) – Ситуаційний метод – Методи самостійної роботи (анотування опрацьованого матеріалу, вирішення задач, проведення розрахунків, написання есе, підготовка доповідей, написання наукових статей)
<i>ПРН6</i> Аналізувати та оцінювати діяльність суб'єктів туристичного ринку, планувати результати їх стратегічного розвитку.	– Вербальні методи (лекція, пояснення) – Наочні методи (спостереження, демонстрація, ілюстрація) – Практичні методи (проведення дослідів, експериментів, виконання різних видів вправ, практичних завдань, кейсів) – Дискусійний метод – Метод активного навчання (проведення ділових ігор, мозковий штурм, командна робота) – Ситуаційний метод – Методи самостійної роботи (анотування опрацьованого матеріалу, вирішення задач, проведення розрахунків, написання есе, підготовка доповідей, написання наукових статей)
<i>ПРН 8</i> Управляти процесами в суб'єктах індустрії туризму та рекреації на різних ієрархічних рівнях, які є складними, непередбачуваними і потребують нових стратегічних підходів.	– Вербальні методи (лекція, пояснення) – Наочні методи (спостереження, демонстрація, ілюстрація) – Практичні методи (проведення дослідів, експериментів, виконання різних видів вправ, практичних завдань, кейсів) – Дискусійний метод – Метод активного навчання (проведення ділових ігор, мозковий штурм, командна робота) – Ситуаційний метод Методи самостійної роботи (анотування опрацьованого матеріалу, вирішення задач, проведення розрахунків, написання есе, підготовка доповідей, написання наукових статей)

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.10- 04.01/242.00.1/М/ ОК4 -1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 17/12

9. Методи контролю

Перевірка досягнення результатів навчання здійснюється з використанням наступних методів.

Результат навчання	Методи контролю
<i>ПРН4</i> Проводити аналіз геопросторової організації туристичного процесу, проектувати його стратегічний розвиток на засадах сталості.	<ul style="list-style-type: none"> – Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на проблемні запитання – Перевірка виконання домашніх завдань, практичних завдань, вправ, кейсів – Експрес-тестування – Перевірка виконання та захист індивідуальних завдань – Самооцінювання та взаємооцінювання – Залік
<i>ПРН5</i> Здійснювати комплексний аналіз і оцінювання функціонування туристичного ринку різних ієрархічних рівнів, прогнозувати тенденції його розвитку.	<ul style="list-style-type: none"> – Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на проблемні запитання – Перевірка виконання домашніх завдань, практичних завдань, вправ, кейсів – Експрес-тестування – Перевірка виконання та захист індивідуальних завдань – Самооцінювання та взаємооцінювання – Залік
<i>ПРН6</i> Аналізувати та оцінювати діяльність суб'єктів туристичного ринку, планувати результати їх стратегічного розвитку.	<ul style="list-style-type: none"> – Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на проблемні запитання – Перевірка виконання домашніх завдань, практичних завдань, вправ, кейсів – Експрес-тестування – Перевірка виконання та захист індивідуальних завдань – Самооцінювання та взаємооцінювання – Залік
<i>ПРН 8</i> Управляти процесами в суб'єктах індустрії туризму та рекреації на різних ієрархічних рівнях, які є складними, непередбачуваними і потребують нових стратегічних підходів.	<ul style="list-style-type: none"> – Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на проблемні запитання – Перевірка виконання домашніх завдань, практичних завдань, вправ, кейсів – Експрес-тестування – Перевірка виконання та захист індивідуальних завдань – Самооцінювання та взаємооцінювання – Залік

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.10- 04.01/242.00.1/М/ ОК4 -1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 17/13

10. Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти

Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни здійснюється відповідно до Положення про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у Державному університеті «Житомирська політехніка» та розподілу балів, що наведений нижче.

Система оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни включає поточний та підсумковий контроль.

Поточний контроль проводиться для оцінювання рівня засвоєння знань, формування умінь і навичок здобувачів вищої освіти впродовж вивчення ними матеріалу модуля (змістових модулів) навчальної дисципліни. Поточний контроль здійснюється під час проведення навчальних занять.

Підсумковий контроль проводиться для підсумкового оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни. Підсумковий контроль здійснюється після завершення вивчення навчальної дисципліни або наприкінці семестру. Підсумковий контроль проводиться у формі заліку. Процедура складання заліку визначена у Положенні про організацію освітнього процесу у Державному університеті «Житомирська політехніка».

Розподіл балів з навчальної дисципліни

Види робіт здобувача вищої освіти	Кількість балів за семестр	
	денна форма	заочна форма
Виконання завдань поточного контролю	100	100
Підсумкова семестрова оцінка	100	100

Розподіл балів за виконання завдань поточного контролю

Види робіт здобувача вищої освіти	Кількість балів за семестр	
	денна форма	заочна форма
Виконання завдань під час навчальних занять	80	80
Виконання та захист індивідуальних самостійних завдань	20	20
Виконання науково-дослідної роботи та інших видів робіт (додаткові – заохочувальні бали):		
1. Участь у студентських предметних олімпіадах, Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт, грантах, науково-дослідних проєктах	до 10	до 10
2. Підготовка наукових статей	до 10	до 10
Разом за виконання завдань поточного контролю	100	100

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.10- 04.01/242.00.1/М/ ОК4 -1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 17/14

Розподіл балів за виконання завдань під час навчальних занять

Види робіт здобувача вищої освіти ¹	Кількість балів за семестр	
	денна форма	заочна форма
Відповіді (виступи) на заняттях	20	20
Участь у дискусії	10	10
Виконання поточних тестових завдань	30	30
Виконання та захист завдань, кейсів	20	20
Разом за виконання завдань під час навчальних занять	80	80

З метою застосування цілих чисел для оцінювання активностей здобувачів вищої освіти під час навчальних занять протягом семестру використовується 100-бальна шкала оцінювання кожного окремо виду робіт. Розрахунок набраних здобувачем вищої освіти балів за виконання завдань під час навчальних занять за семестр проводиться за формулою:

$$P_{НЗ} = (P_{В100} \times ВК_{В} + P_{УД100} \times ВК_{УД} + P_{ТЗ100} \times ВК_{ТЗ} + P_{ЗК100} \times ВК_{ЗК}) \times К_{НЗ}, \quad (1)$$

де $P_{НЗ}$ – кількість набраних здобувачем вищої освіти балів за виконання завдань під час навчальних занять за семестр;

$P_{В100}$, $P_{УД100}$, $P_{ТЗ100}$, $P_{ЗК100}$ – кількість набраних здобувачем вищої освіти балів за семестр відповідно за відповіді (виступи) на заняттях, за участь у дискусії, за виконання поточних тестових завдань, за виконання та захист завдань, кейсів (кожний окремо вид робіт на навчальних заняттях оцінюється за 100-бальною шкалою);

$ВК_{В}$, $ВК_{УД}$, $ВК_{ТЗ}$, $ВК_{ЗК}$ – вагові коефіцієнти відповідно за відповіді (виступи) на заняттях, за участь у дискусії, за виконання поточних тестових завдань, за виконання та захист завдань, кейсів. Значення вагових коефіцієнтів становить:

$$ВК_{В} = 20 \div 80 = 0,25;$$

$$ВК_{УД} = 10 \div 80 = 0,125;$$

$$ВК_{ТЗ} = 30 \div 80 = 0,375;$$

$$ВК_{ЗК} = 20 \div 80 = 0,25;$$

$К_{НЗ}$ – коригувальний коефіцієнт. Значення коригувального коефіцієнту становить $К_{НЗ} = 80 \div 100 = 0,8$.

Якщо здобувач вищої освіти набрав за поточний контроль 60 балів або більше, він може погодити дану оцінку в електронному кабінеті і вона стане семестровою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни.

Якщо здобувач вищої освіти під час вивчення навчальної дисципліни набрав 60 балів або більше і бажає покращити свій результат успішності, він проходить процедуру підсумкового контролю у формі заліку. За складання заліку здобувач вищої освіти може набрати 100 балів. Семестрова оцінка з навчальної дисципліни

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.10- 04.01/242.00.1/М/ ОК4 -1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 17/15

формується за результатами підсумкового контролю.

Здобувач вищої освіти допускається до процедури підсумкового контролю у формі заліку, якщо за виконання завдань поточного контролю набрав 50 балів або більше.

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті в рамках окремих тем навчальної дисципліни, здійснюється викладачем за зверненням здобувача вищої освіти та представленням документів, які підтверджують результати навчання (сертифікати, свідоцтва, скріншоти тощо). Рішення про визнання та оцінка за відповідну частину освітнього компонента приймається викладачем за результатами співбесіди зі здобувачем вищої освіти.

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті в рамках цілого освітнього компонента, здійснюється за процедурою, яка визначена у Положенні про організацію освітнього процесу у Державному університеті «Житомирська політехніка».

Шкала оцінювання

Шкала ЄКТС	Національна шкала	100-бальна шкала
A	Зараховано	90-100
B	Зараховано	82-89
C		74-81
D	Зараховано	64-73
E		60-63
FX	Не зараховано	35-59
F	Не зараховано	0-34

11. Глосарій

№ з/п	Термін державною мовою	Відповідник англійською мовою
1	Стратегічний маркетинг	Strategic Marketing
2	Туристичний продукт	Tourism Product
3	Ринкова сегментація	Market Segmentation
4	Конкурентні переваги	Competitive Advantages
5	Диференціація	Differentiation

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.10- 04.01/242.00.1/М/ ОК4 -1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 17/16

№ з/п	Термін державною мовою	Відповідник англійською мовою
6	Позиціонування	Positioning
7	Маркетингове середовище	Marketing Environment
8	SWOT-аналіз	SWOT Analysis
9	PESTEL-аналіз	PESTEL Analysis
10	Брендинг	Branding
11	Стратегічний план	Strategic Plan
12	Портфельне управління	Portfolio Management
13	Модель БКГ	BCG Matrix
14	Аналіз конкурентів	Competitor Analysis
15	Інноваційні стратегії	Innovative Strategies
16	Ризик-менеджмент	Risk Management
17	Маркетингові стратегії росту	Growth Marketing Strategies
18	Цільова аудиторія	Target Audience
19	Місія підприємства	Mission Statement
20	Візія підприємства	Vision Statement
21	Стратегічні цілі	Strategic Goals
22	КРІ (Ключові показники ефективності)	KPI (Key Performance Indicators)
23	Позиціонування на ринку	Market Positioning
24	Геопросторовий аналіз	Geospatial Analysis
25	Сталий розвиток	Sustainable Development
26	Брендова стратегія	Brand Strategy
27	Матрична модель	Matrix Model
28	Аналіз ринкових тенденцій	Market Trends Analysis
29	Вартість клієнта	Customer Value

12. Рекомендована література

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.10- 04.01/242.00.1/М/ ОК4 -1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 17/17

Основна література

1. Котова І. Ю., Соловей, В. Г. (2022). Стратегічний маркетинг в туризмі. Київ: Видавництво НТУУ «КПІ».
2. Буряк А. В. (2021). Маркетинг туристичних послуг: теорія та практика. Львів: Видавництво «Піраміда».
3. Ковальчук О. І. (2023). Інноваційні стратегії в туристичному маркетингу. Харків: Видавництво «Фоліо».
4. Деркач І. А., Лисенко, О. М. (2022). Сталий розвиток і стратегічний маркетинг в туризмі. Одеса: Видавництво "Астропринт".
5. Мельник В. О. (2021). Управління бізнес-портфелем в туризмі. Київ: Видавництво «Книга».

Допоміжна література

1. Яремчук І. В. (2020). Аналіз ринкових тенденцій у туристичному бізнесі. Львів: Видавництво «Академія».
2. Федорова Н. О. (2019). Маркетингова стратегія для туристичних компаній. Київ: Видавництво «Інтерсервіс».
3. Кузьменко П. В. (2022). Туристичні дестинації та брендинг. Харків: Видавництво «Примус».
4. Шевченко О. В. (2021). Методи оцінки ефективності маркетингових стратегій. Одеса: Видавництво «Бізнес-ОПТ».
5. Вороніна Ю. В. (2020). Портфельне управління та стратегічний аналіз. Київ: Видавництво «Професіонал».

13. Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. World Tourism Organization (UNWTO) - <https://www.unwto.org>
2. Journal of Travel Research - <https://journals.sagepub.com/home/jtr>
3. Tourism Management - <https://www.journals.elsevier.com/tourism-management>
4. Marketing Insights for Tourism Professionals - <https://www.marketinginsights.com/tourism>
5. TripAdvisor Insights - <https://www.tripadvisor.com/Insights>