



**ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСНА РАДА**  
**ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА**  
**ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА**  
**ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ЕКОНОМІКИ**  
**Кафедра менеджменту, фінансів, банківської справи та страхування**

---

**ЗАТВЕРДЖЕНО**  
Рішення кафедри  
менеджменту, фінансів, банківської справи та  
страхування  
*«14» травня 2021 року,*  
*протокол № 13.*

Завідувач кафедри, доктор економічних наук, професор

\_\_\_\_\_ Віктор СИНЧАК

*«14» травня 2021 року*

**СИЛАБУС**  
**навчальної дисципліни**  
**«МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ В ТУРИЗМІ»**  
**для підготовки на першому освітньому рівні**  
**здобувачів ступеня бакалавра**  
**зі спеціальності 242 Туризм**  
**галузі знань 24 Сфера обслуговування**

**РОЗРОБНИК**

Доцент кафедри менеджменту, фінансів,  
банківської справи та страхування, кандидат  
економічних наук, доцент

\_\_\_\_\_ Андрій КОРЮГІН  
*«12» травня 2021 року*

**ПОГОДЖЕНО**

Деканеса факультету управління та  
економіки, кандидатка економічних наук,  
доцентка

\_\_\_\_\_ Тетяна ТЕРЕЩЕНКО  
*«18» травня 2021 року*

**Освітньо-професійна програма «Бакалавр туризму»**

**Спеціальність 242 Туризм**

**Галузь знань 24 Сфера обслуговування**

<https://www.univer.km.ua/pro-universytet/fakultety/fakultet-upravlinnya-ta-ekonomiky>

Назва навчальної дисципліни	МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ В ТУРИЗМІ
<b>Викладач</b>	Лекції, семінарські заняття, консультації: Корюгін Андрій Валерійович ( <a href="http://www.univer.km.ua/kafedra.php?kafid=16&amp;w=sklad">http://www.univer.km.ua/kafedra.php?kafid=16&amp;w=sklad</a> ), доцент кафедри менеджменту, фінансів, банківської справи та страхування, кандидат економічних наук, доцент.
<b>Контактна інформація та науковий профіль викладача</b>	<b>Andrei_Korugin@ukr.net</b> <b>a_korugin@univer.km.ua</b> <b>Профіль у наукових базах даних:</b> ORCID: <a href="https://orcid.org/0000-0003-3408-1905">https://orcid.org/0000-0003-3408-1905</a> Google Scholar: <a href="https://scholar.google.com/citations?user=d_SNOsoAAAAJ">https://scholar.google.com/citations?user=d_SNOsoAAAAJ</a>
<b>Інформаційні ресурси</b>	Код для приєднання в Google клас «Маркетингові дослідження в туризмі»: ii3pvxc Електронна бібліотека: <a href="http://elibrary.univer.km.ua/index.php">http://elibrary.univer.km.ua/index.php</a> .
<b>Консультації</b>	Офлайн консультації: навчальний корпус №1, вул. Героїв Майдану, 8, ауд. 408 Корюгін Андрій Валерійович: понеділок з 14.00 до 15.20; Онлайн консультації: за попередньою домовленістю електронною поштою та Google meet у робочі дні з 9.00 до 17.00 Консультації до заліку: напередодні заліку згідно із затвердженим розкладом.

**Опис навчальної дисципліни**

<b>Програмні компетентності, які здобуваються під час вивчення навчальної дисципліни</b>	<p align="center"><b>Фахові компетентності спеціальності:</b></p> <p>К 18. Здатність аналізувати діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління через призму концепції сталого розвитку.</p> <p>К 19. Розуміння сучасних тенденцій, місцевих, регіональних та державних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів.</p> <p>К 21. Здатність розробляти тактичні та оперативні плани управлінської діяльності</p> <p>К 24. Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал.</p> <p>К 26. Здатність визначати індивідуальні туристичні потреби, використовувати сучасні технології обслуговування туристів та вести претензійну роботу.</p>
<b>Програмні результати навчання</b>	<p>ПР 02. 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.</p> <p>ПР 05 Аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал території.</p> <p>ПР 07. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт.</p> <p>ПР 09. Організувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.</p> <p>ПР 10. Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-</p>

	управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна). ПР 13. Встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей.			
<b>Місце дисципліни в логічній схемі</b>	Вибіркова навчальна дисципліна; курс навчання – четвертий, семестр – восьмий. Для успішного опанування дисципліни здобувачі повинні володіти знаннями з таких навчальних дисциплін як: ЗПО 5 Основи наукових досліджень, ППО 5.1 Географія туризму, ППО 5.2 Туристичне країнознавство, ППО 11 Маркетинг в туризмі, ППВ 1.1 Соціологія, ППВ 1.2 Соціологія в туризмі, ППВ 5.1 Інформаційні технології в туризмі, ППВ 5.2 Інтернет-технології в туризмі, ППВ 5.3 Інтерактивні технології в туризмі. Знання цієї навчальної дисципліни слугуватимуть базою для освітньої компоненти: ПП 2.3 Практика переддипломна.			
<b>Обсяг навчальної дисципліни</b>	4,0 кредитів ЄКТС / 120 годин, у тому числі самостійної роботи – 84 години, лекційних – 18 годин, семінарських – 18 годин.			
<b>Форма навчання</b>	Денна.			
<b>Тижневе навантаження</b>	20 годин (6 годин аудиторних занять згідно розкладу, 14 годин самостійної роботи).			
<b>Мова викладання</b>	Українська.			
<b>Формат вивчення навчальної дисципліни</b>	Офлайн/онлайн: семінарські заняття, консультації, залік. Онлайн/офлайн: лекції, консультації. Для осіб з особливими освітніми потребами, у разі необхідності, розробляється індивідуальний формат вивчення навчальної дисципліни.			
<b>Необхідне обладнання</b>	Мультимедійний проєктор, комп'ютер			
<b>Зміст навчальної дисципліни</b>	<b>Години (лек. / сем. / СРС)</b>	<b>Тема</b>	<b>Завдання</b>	<b>Максимальна кількість балів</b>
	2/2/8	Суть та типи маркетингових досліджень в туризмі	Тести, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 1,1 Семінарське заняття – 5 СРС – 2,0
	2/2/8	Види маркетингової інформації	Тести, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 1,1 Семінарське заняття – 5 СРС – 2,0
	2/2/9	Опитування як метод маркетингових досліджень	Тести, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 1,1 Семінарське заняття – 5 СРС – 2,0
	2/2/8	Методологічні основи підготовки і проведення фокус-груп. Організаційні аспекти фокус-груп	Тести, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 0 Семінарське заняття – 5 СРС – 2,0
	2/2/9	Спеціальні маркетингові дослідні методики	Тести, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 1,1 Семінарське заняття – 5 СРС – 2,0

	2/2/8	Вибіркове спостереження	Тести, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 1,1 Семінарське заняття – 5 СРС – 2,0
	2/2/8	Експеримент: методологічні основи проведення особливості організації	Тести, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 1,1 Семінарське заняття – 0 СРС – 2,0
	2/2/8	Методологічні основи проведення експертних опитувань	Тести, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 1,1 Семінарське заняття – 5 СРС – 2,0
	0/2/9	Основні напрями маркетингових досліджень	Тести, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 1,1 Семінарське заняття – 5 СРС – 2,0
	2/0/9	Звіт та презентація результатів маркетингових досліджень	Тести, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 1,1 Семінарське заняття – 0 СРС – 2,0
<b>Рекомендовані джерела для вивчення навчальної дисципліни</b>	<p>1. Войчак А.В., Федорченко А.В. Маркетингові дослідження: Підручник. За наук. ред. А.В.Войчака. К.: КНЕУ, 2007. 408 с.</p> <p>2. Жегус О. В., Панцирна Т.М. Маркетингові дослідження: навчальний посібник. ФОП Іванченко І.С. Х., 2016. 237 с.</p> <p>3. Ілляшенко С. М., Баскакова М. Ю. Маркетингові дослідження: Навч. посіб. За ред. д-ра екон. наук, проф. С. М. Ілляшенка. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 192 с.</p> <p>4. Квятко Т.М., Мандич О.В., Сєвідова І.О., Бабко Н.М., Романюк І.А., Вітковський Ю.П., Микитась А.В. Маркетингові дослідження: навч. посібник. Харків: ХНТУСГ, 2020. 163 с.</p> <p>5. Мальська М. П., Мандзюк Н.Л. Основи маркетингу у туризмі. Підручник. К.: «Центр учбової літератури», 2016. 336 с.</p> <p>6. Маркетингові дослідження: навч. посіб. / Безугла Л.С., М 25 Ільченко Т.В., Юрченко Н.І. та ін.. Дніпро: Видавець Біла К.О., 2019. 300 с.</p> <p>7. Ортинська В. В., Мельникович О. М. Маркетингові дослідження : підручник. Київ. нац. торг.-екон. ун-т. 2-ге вид., допов. Київ : КНТЕУ. 2015. 435 с.</p> <p>8. Полторак В.А. Маркетингові дослідження: Навчальний посібник / В.А. Полторак, І.В. Тараненко, О.Ю. Красовська. К.: Центр навчальної літератури. 2014. 417 с.</p> <p>9. Решетілова Т.Б., Довгань С.М. Маркетингові дослідження: підручник: М-во освіти і науки України, Нац. гірн. ун-т. Дніпропетровськ: НГУ, 2015. 357 с.</p>			
<b>Методи навчання та форми поточного контролю</b>	<p><i>Методи навчання та форми поточного контролю, порядок накопичення балів визначені у робочій програмі та навчально-методичних матеріалах навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження в туризмі» (розміщені у бібліотеці університету (<a href="http://elibrary.univer.km.ua/index.php">http://elibrary.univer.km.ua/index.php</a>))</i></p> <p>Під час лекційних занять застосовуються:</p>			

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) традиційний усний виклад змісту теми;</li> <li>2) створення проблемних ситуацій;</li> <li>3) слайдова презентація;</li> <li>4) експрес-опитування, діалог, дискусія;</li> <li>5) методи активного слухання та методи зворотного зв'язку.</li> </ol> <p>На семінарських та практичних заняттях застосовуються:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) дискусійне обговорення проблемних питань;</li> <li>2) вирішення ситуаційних завдань та кейсів із застосуванням сучасних інформаційних технологій;</li> <li>3) методи активного слухання, диференціації та методи рефлексії.</li> </ol> <p>Поточний контроль знань студентів з навчальної дисципліни може проводитися у формах:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) усне або електронне (у тому числі тестове) бліц-опитування студентів щодо засвоєння матеріалу;</li> <li>2) усне або електронне (у тому числі тестове) опитування на семінарських заняттях;</li> <li>3) виконання практичних завдань із застосуванням сучасних інформаційних технологій;</li> <li>4) вирішення розрахункових завдань;</li> <li>5) захист підготовленої презентації.</li> </ol>
<b>Політика щодо дедлайнів та перескладання</b>	<p>Перескладання лекцій та семінарських занять відбувається у порядку, визначеному Положенням про організацію освітнього процесу у ХУУП, затвердженим рішенням вченої ради від 05.07.2016 р., протокол № 16, введеним в дію наказом від 08.06.2016 р. № 359/16 (в редакції рішення вченої ради ХУУП імені Леоніда Юзькова від 28 серпня 2020 року, протокол № 1, з 01 вересня 2020 року, наказ ХУУП імені Леоніда Юзькова від 28 серпня 2020 року № 312/20) (<a href="http://www.univer.km.ua/studentu/ofis-studenta/ofis-studenta">http://www.univer.km.ua/studentu/ofis-studenta/ofis-studenta</a>).</p> <p>Перескладання лекції: виконання завдання за темою пропущеної лекції.</p> <p>Перескладання семінарських занять: виконання тестових завдань, розміщених за кожною темою у Google класі «Маркетингові дослідження в туризмі» (код приєднання: ii3pvhx).</p>
<b>Підсумковий контроль</b>	<p>Питання для підсумкового контролю наведені у навчально-методичних матеріалах дисципліни «Маркетингові дослідження в туризмі» (у Google класі «Маркетингові дослідження в туризмі» (код приєднання: ii3pvhx) та в електронній бібліотеці університету (<a href="http://elibrary.univer.km.ua/index.php">http://elibrary.univer.km.ua/index.php</a>).</p>
<b>Критерії оцінювання</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Положення про організацію освітнього процесу у ХУУП, затверджене рішенням вченої ради від 29.05.2017 р., протокол № 14, введене в дію наказом від 06.06.2017 р. № 279/17, зі змінами від 2020 року (<a href="http://www.univer.km.ua/studentu/ofis-studenta/ofis-studenta">http://www.univer.km.ua/studentu/ofis-studenta/ofis-studenta</a>).</li> <li>2. Положення про систему рейтингового оцінювання результатів освітньої діяльності здобувачів вищої освіти у Хмельницькому університеті управління та права, введене в дію наказом від 19.02.2019 р. № 74/19 (<a href="http://www.univer.km.ua/studentu/ofis-studenta/ofis-studenta">http://www.univer.km.ua/studentu/ofis-studenta/ofis-studenta</a>).</li> </ol>
<b>Порядок отримання додаткових балів</b>	<p>Студент може отримати додаткові бали за участь у: конкурсі, науково-практичній конференції, тренінгу, турнірі, брейн-рингу тощо, за публікацію наукової статті за тематикою, пов'язаною з навчальною дисципліною, за участь у роботі студентського наукового гуртка «Управління підприємницькою діяльністю в регіоні».</p>
<b>Політика академічної</b>	<p>Розділ «Академічна доброчесність» на сайті Університету (<a href="https://www.univer.km.ua/index.php/pro-universitytet/akademichna-">https://www.univer.km.ua/index.php/pro-universitytet/akademichna-</a></p>

<b>доброчесності</b>	<a href="#">dobrochesnist</a> ).
<b>Політика врегулювання конфліктів</b>	Етичний кодекс Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова, затверджений рішенням вченої ради університету 27 травня 2020 року, протокол № 9, введений в дію наказом від 27.05.2020 р. № 201/20 ( <a href="https://www.univer.km.ua/sites/default/files/Вакант%20пос/Акад%20доброч/Етичний_кодекс.pdf">https://www.univer.km.ua/sites/default/files/Вакант%20пос/Акад%20доброч/Етичний_кодекс.pdf</a> ).
<b>Зворотній зв'язок</b>	1) Під час аудиторних занять, консультацій. 2) За допомогою анкетування після завершення вивчення навчальної дисципліни, регулярних анкетувань здобувачів вищої освіти, що проводяться в університеті.

---

Обліковий обсяг 0,32 ум.др.арк.