

# **ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ**

## **Кафедра туризму**

### **Факультет агротехнологій та природокористування**

<b>Лектор</b>	<b>Коваленко О. В.</b>
<b>Семестр</b>	<b>3</b>
<b>Освітній ступінь</b>	<b>Магістр</b>
<b>Кількість кредитів ЄКТС</b>	<b>5</b>
<b>Форма контролю</b>	<b>Залік</b>
<b>Аудиторні години</b>	<b>50 (20 годин лекцій, 30 годин практичних робіт)</b>

### **Загальний опис дисципліни**

У сучасних умовах життя актуальним є формування у студентів-магістрантів пізнання науково-теоретичних та практичних питань дослідження туристичного ринку, динаміки його кон'юнктури, розробки та реалізації маркетингової стратегії підприємства туристичної сфери в ринкових умовах.

### **Мета курсу**

Мета курсу: ознайомити студентів з принципами цифрового маркетингу у сфері туризму, сприяти формуванню маркетингового мислення та набуття практичних навичок щодо прийняття управлінських рішень, спрямованих на вирішення маркетингових проблем туристичного підприємства та адаптації його діяльності завдяки маркетинговим інструментам до змін у зовнішньому середовищі. Завдання курсу: вивчити сутність і особливості інтернет-комунікації в туристичній діяльності; дослідити он-лайн стратегії туристичної діяльності; розглянути туристичні сайти, їх дизайн, наповнення, використання, просування; вивчити поведінку та вимоги споживачів турпослуг з використанням інтернет-технологій; визначити особливості роботи з пошуковими системами в Інтернеті; ознайомитися з технологіями соціальних мереж та їх можливості у туризмі; дослідити формування нових туристичних продуктів на основі аналізу даних вебаналітики; проаналізувати використання даних для аналізу аудиторії он-лайн.