

ЗАТВЕРДЖУЮ
ДЕКАН ФАКУЛЬТЕТУ МОРСЬКОГО
ПРАВА ТА МЕНЕДЖМЕНТУ НУ «ОМА»
САВІНОВА Н. А.
«14» Серпень 2020 р.



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«МАРКЕТИНГ У КРУЇЗНОМУ СУДНОПЛАВСТВІ»

Рівень вищої освіти другий (магістерський) рівень

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Спеціальність 073 Менеджмент

Спеціалізація Менеджмент організацій і адміністрування підприємств
морського та річкового транспорту

Факультет Морського права і менеджменту

Кафедра Менеджменту та економіки морського транспорту

2020 рік

Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетинг у круїзному судноплавстві» розроблена відповідно до освітньої програми підготовки магістра «Менеджмент організацій і адміністрування підприємств морського та річкового транспорту».

Розробник: Лаврущенко Юліана Олександрівна, к.е.н., доцент кафедри М та ЕМТ.

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри менеджменту та економіки морського транспорту.

Протокол № 1 від 26 серпня 2020 р.

Завідувач кафедри М та ЕМТ

Сотниченко Л.Л.



Секретар кафедри М та ЕМТ

Бабаченко М.В.



1. Загальний опис навчальної дисципліни

Мета вивчення навчальної дисципліни. Метою викладання навчальної дисципліни є виявлення, аналіз, характеристика та вирішення основних проблем маркетингової діяльності у круїзному судноплаванні, які вимагають пошуку нових форм інтеграції фінансового, промислового та інтелектуального капіталу державних та приватних підприємств щодо формування вагомих конкурентних переваг функціонування морегосподарського комплексу України у сфері морського круїзного туризму.

Динамічний розвиток світового ринку круїзного туризму обумовлює інтерес до цієї сфери діяльності як з боку вітчизняних морських портів, що мають пасажирські термінали і можливість приймати круїзні судна значних розмірів, так і з боку потенційних круїзних операторів і туристичних компаній. У зв'язку з цим для індустрії туризму України важливим завданням є вивчення структури круїзного ринку Чорноморського регіону, обґрунтування основних тенденцій його розвитку, виявлення перспектив та напрямків можливої участі в круїзному бізнесі вітчизняних підприємств морського транспорту.

У останні десятиліття круїзні подорожі входять в десятку провідних трендів світового ринку туризму. Підвищення ролі круїзного судноплавства з кінця минулого століття, дослідники пов'язують з концентрацією інвестиційних ресурсів в будівництві лайнерів з підвищеною пасажиромісткістю. Інтенсивність розвитку глобального круїзного ринку, який формується на основі збільшення пасажиромісткості судів нового покоління і структуризації послуг провідними світовими операторами, примушує українських фахівців підсилити увагу до сучасних проблем розвитку круїзного бізнесу та інвестиційних пропозицій судовласників в басейні Чорного і Середземноморського морів відповідно до впровадження основних напрямів Морської доктрини України.

Україна в дев'яностих роках ХХ ст. належала до лідерів круїзного судноплавства, оперуючи флотом в основних круїзних регіонах миру. У сучасний час у зв'язку з повною втратою пасажирського флоту, потенціал українських портів Чорного моря використовується не повною мірою. Існує необхідність розвитку круїзного судноплавства, міжнародної інтеграції транспортних комунікацій, модернізації інфраструктури морських портів України, проте фахівцями не проводився аналіз національного і міжнародного ринку морських круїзних послуг і перспектив його розвитку в контексті реалізації основних положень Морської доктрини України. Круїзне судноплавство виконує ряд найважливіших функцій ефективного використання приморського розміщення виробничого і рекреаційного потенціалу морегосподарського комплексу країни. Найважливішою проблемою Чорномор'я є пошук шляхів формування нового економічного простору з преференційним режимом вільної торгівлі і сумісного підприємництва.

Розширення програм обслуговування туристів в морських портах України, зростання попиту українських і зарубіжних споживачів на круїзні послуги викликає необхідність в проведенні додаткових маркетингових досліджень круїзного ринку. Сучасний розвиток глобального круїзного бізнесу і розширення регіонів його позиціонування, ряд прикладних і науково-теоретичних проблем круїзного судноплавства вимагає розробки державних пріоритетів у сфері морського круїзного

обслуговування українськими портами, довгострокових програм співпраці українських приймаючих турфірм і їх міжнародних партнерів – круїзних операторів.

Робоча програма складена відповідно до вимог освітньо-професійної програми підготовки освітньо-кваліфікаційного рівня магістр галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 073 «Менеджмент» спеціалізація «Менеджмент організацій і адміністрування підприємств морського та річкового транспорту».

Мова навчання *українська*

Статус дисципліни *вибіркова*

Навчальна дисципліна забезпечує набуття перелічених нижче компетентностей та досягнення програмних результатів навчання.

Компетентності:

ЗК 2. Здатність до спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності);
ЗК 3. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій;
ЗК 4. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети;
ЗК 6. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
ФК 2. Здатність встановлювати цінності, бачення, місію, цілі та критерії, за якими організація визначає подальші напрями розвитку, розробляти і реалізовувати відповідні стратегії та плани;
ФК 4. Здатність до ефективного використання та розвитку ресурсів організації;
ФК 5. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління
ФК 9. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, приймати ефективні управлінські рішення та забезпечувати їх реалізацію;
ФК 11. Здатність до критичного мислення, оцінки економічних і соціальних аспектів діяльності підприємств в галузі морського та річкового транспорту;
ФК 14. Здатність орієнтування в сучасному круїзному ринку та в практичних проблемах менеджменту сучасного круїзного бізнесу.

Програмні результати навчання:

ПРН 2. Ідентифікувати проблеми в організації та обґрунтовувати методи їх вирішення;

ПРН 10. Демонструвати лідерські навички та вміння працювати у команді, взаємодіяти з людьми, впливати на їх поведінку для вирішення професійних задач;

ПРН 14. Уміння проводити факторний, ситуаційний, кореляційно-регресійний аналіз для пошуку резервів підвищення ефективності діяльності підприємств морської галузі

ПРН 18. Навички планування та організація круїзного бізнесу.

Кількість кредитів ЄКТС **4 кредитів**

Форма підсумкового контролю **екзамен**

2. Заплановані результати навчання за навчальною дисципліною

Успішне завершення програми навчальної дисципліни «Маркетинг у круїзному судноплаванні» передбачає здобуття студентом наступних результатів навчання за навчальною дисципліною:

- знати сутність основних теоретичних положень маркетингу у круїзному судноплаванні;
- знати і розуміти поняття, чинники формування та види ринку туристичних послуг;
- застосовувати практичні навички щодо оцінки і прогнозування результатів формування туристичної привабливості;
- застосовувати нові форми та методи транспортного обслуговування в туризмі;
- проводити опитування (анкетування) користувачів транспортних послуг, узагальнювати результати проведеної роботи, щодо збору відгуків клієнтів; розробляти рекомендації щодо формування психологічного комфорту при здійсненні групових подорожей будь-яким видом транспорту.
- знати основи побудови, розрахунку і аналізу сучасної системи показників, що характеризують діяльність господарюючих суб'єктів у сфері туризму та надання транспортних послуг; методи і прийоми аналізу фінансово-господарської діяльності підприємств що надають транспортні послуги;
- знати концептуальні засади побудови системи державного регулювання розвитку морського туризму;
- знати і розуміти основні тенденції розвитку морського туризму в Україні;
- уміти інтегрувати стратегію управління якістю в загальну систему стратегічного управління підприємства;
- уміти проводити аналіз національного і міжнародного ринку морських круїзних послуг;
- уміти здійснювати економічні розрахунки щодо обґрунтування та вибору та цінової стратегії у круїзному судноплаванні;
- уміти організовувати маркетингові дослідження на ринку туристичних послуг;
- уміти розробляти маркетингові стратегії в туризмі.

3. Програма, структура (тематичний план) навчальної дисципліни

[illegible]

Тема 1. Сутність та зміст маркетингу у морському туризмі. Становлення та розвиток маркетингу у круїзному судноплаванні.	3	2	1		2	1	1		
Тема 2. Управління маркетингом у круїзному судноплаванні. Функції маркетингу в туризмі. Основні умови та принципи застосування маркетингу на ринку морських круїзів.	3	2	1		1	1			
Тема 3. Формування основних економічних показників у круїзному бізнесі.	2	1	1		1		1		
Тема 4. Поняття, чинники формування та види ринку морських круїзів.	2	1	1		2	1	1		
Тема 5. Система маркетингових досліджень в організації морських круїзів.	2	1	1						
Тема 6. Ціноутворення у круїзному судноплаванні.	2	1	1		1	1			
Тема 7. Планування та економічне обґрунтування ефективності морських круїзів.	2	1	1						
Тема 8. Система маркетингових комунікацій у круїзному судноплаванні.	2	1	1		1	1			
Тема 9. Маркетингова збутова стратегія у круїзному судноплаванні.	2	1	1		1	1			
Тема 10. Суть, цілі та функції реклами в організації морських круїзів.	2	1	1						
Разом за розділом 1	22	12	10		9	6	3		X
Розділ 2. Технологія та організація морського туризму									
Тема 1. Організація морського туризму.	4	2	2		2	1	1		
Тема 2. Суть технології продаж морських круїзів.	3	2	1		1	1			
Тема 3. Додатковий туристський сервіс при продажу морських круїзів.	3	2	1						
Тема 4. Концептуальні засади побудови системи державного регулювання розвитку морського туризму.	3	2	1		2	1	1		

Тема 5. Системи класифікації та основні параметри оцінки круїзних суден.	3	2	1						
Тема 6. Моніторинг ринку морських та річних круїзів.	3	2	1		1	1			
Тема 7. Розвиток круїзного судноплавства у Чорноморському регіоні.	3	2	1						
Тема 8. Тенденції розвитку морського туризму в Україні.	3	2	1		1		1		
Тема 9. Особливості маркетингу на світовому туристичному ринку.	3	2	1						
Разом за розділом 2	28	18	10		7	4	3		X
Всього аудиторних годин	50	30	20		16	10	6		X
Самостійна робота (години) з них на виконання індивідуального завдання **	70				104				X
Загальний обсяг годин навчальної дисципліни	120				120				X

4. Теми практичних (семінарських) занять

№ з/п	Назва теми
1	Соціально – економічна сутність маркетингу .
2	Специфіка маркетингу послуг морського туризму. Характерні риси послуг.
3	Концепції управління маркетингу в круїзному судноплавстві.
4	Маркетингове середовище круїзної судноплавної компанії.
5	Ринок послуг морського туризму як основа функціонування маркетингу.
6	Круїзна судноплавна компанія – основна ланка реалізації концепції маркетингу.
7	Сегментація круїзного ринку.
8	Характеристика і мотиви поведінки споживачів морського туризму.
9	Методичні основи маркетингових досліджень ринку круїзних послуг.
10	Система маркетингової інформації круїзної судноплавної компанії.
11	Характеристика кон'юнктури круїзного ринку.
12	Формування маркетингової стратегії.
13	Структура асортименту послуг в круїзному судноплавстві.
14	Організація сервісу на круїзних судах.
15	Роль збуту в маркетинговій діяльності круїзних компаній.
16	Інформаційно-рекламна діяльності в системі маркетингових комунікацій круїзного судноплавства.
17.	Етичні аспекти в круїзному секторі туристичних послуг.

5. Завдання для самостійної роботи

Самостійна робота призначена для поглиблення, розширення і закріплення теоретичних знань, отриманих на лекціях. Вона допомагає набути навички самостійної

роботи з довідковою, навчальною і науковою літературою, державними і галузевими стандартами; підвищити якість самостійної проробки студентами навчальної інформації шляхом її конкретизації і цілеспрямованості.

Види самостійної роботи:

1. Робота по опрацюванню лекційного курсу.
2. Робота по вивченню окремих розділів курсу, не висловлюваних при читанні лекцій (що задаються викладачем).
3. Виконання практичних розрахунків, заданих викладачем.
4. Підготовка до семінарських/практичних занять.

Опрацювання лекційного матеріалу:

№ з/п	Назва теми
1.	Сучасний стан розвитку світової круїзної індустрії.
2.	Економічний ефект круїзного туризму
3.	Круїзне судноплавство в Чорноморському регіоні: проблеми та перспективи
4.	Конкурентні переваги Чорноморського регіону з позицій розвитку масового круїзного туризму
5.	Аналіз сучасного стану та проблем круїзного туризму.
6.	Впровадження рекламних ідей та вплив функціонування державних програм на рекламу в туристичній галузі країни та за її межами.
7.	Логістика круїзного туризму як джерело конкурентної переваги на світовому круїзному ринку
8.	Потенціал і проблеми розвитку круїзного бізнесу в Україні
9.	Обслуговування туристів на судах водного транспорту, законодавча регламентація її організації.
10.	Інноваційні зміни на ринку круїзного туризму
11.	Види стратегії збалансованого розвитку круїзного бізнесу в Україні
12.	Перспективні напрями розвитку ринку круїзного туризму
13.	Сучасний стан круїзного судноплавства на Чорному морі
14.	Культура сервісу в сучасному круїзному туризмі
15.	Специфіка міжнародного туристичного ринку.
16.	Особисті продажі в маркетингу туристичного підприємства.
17.	Суть, цілі та функції реклами в круїзному бізнесі.
18.	Розробка комунікаційної стратегії маркетингу в круїзному судноплавстві.

6. Індивідуальні завдання

Види індивідуальних завдань	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
АКР	+	+

Мета виконання індивідуального завдання (АКР) – поглиблення та закріплення теоретичних знань, придбання практичних навичок і їх застосування для вирішення виробничих задач.

В АКР здобувач вищої освіти повинен показати знання теоретичних основ тем, що викладаються, освітлюючи теорію питання на основі вивчення та узагальнення економічної і спеціальної літератури, рішень законодавчих і виконавчих органів.

Тематика АКР:

1. Історія виникнення та розвитку маркетингу в круїзному судноплавстві .
2. Теоретичні аспекти маркетингу в круїзному судноплавстві.
3. Вплив маркетингової діяльності на успіх круїзної судноплавної компанії.
4. Особливості розвитку маркетингу в круїзному судноплавстві.
5. Специфіка маркетингу в круїзному судноплавстві.
6. Вплив демографічних факторів на функціонування круїзних судноплавних компаній.
7. Сучасний стан маркетингових досліджень.
8. Засоби отримання інформації в круїзній судноплавній компанії.
9. Види маркетингових досліджень.
10. Вплив макросередовища на маркетинг круїзної судноплавної компанії та ринкову ситуацію.
11. Вивчення та прогнозування туристичного попиту на круїзних судах.
12. Особливості поведінки споживача на різних ринках.
13. Сегментація споживачів туристичних послуг в круїзному бізнесі.
14. Маркетингові рішення по забезпеченню конкурентних переваг.
15. Історія виникнення та тенденції розвитку туристичного бренду.
16. Аналіз рекламної компанії в круїзній судноплавній компанії.
17. Концепція життєвого циклу туристичної послуги .
18. Сутність стратегічного маркетингового планування в судноплавній компанії.
19. Оцінка ємкості ринку круїзних послуг . Поняття кон'юнктури.
20. Аналіз проблем маркетингу круїзної судноплавної компанії.
21. Маркетингова цінова стратегія.
22. Маркетингова збутова стратегія.
23. Особливості реклами в сфері морського круїзного туризму.
24. Бренд : сутність та значення (на прикладі круїзної судноплавної компанії).
25. Види туристичної реклами.
26. Основні цілі та поняття формування фірмового стилю в круїзному судноплавстві.
27. Проблеми та перспективи розвитку морського круїзного туризму.
28. Методи стимулювання збуту в маркетинговій діяльності круїзних судноплавних компаній.
29. Роль персоналу в маркетингу послуг.
30. Організація системи стандартів обслуговування клієнтів в морських та річних круїзах.
31. Методи оцінки якості послуг в круїзних судноплавних компаніях.
32. Корпоративна культура компанії (на прикладі круїзної судноплавної компанії).
33. Вдосконалення маркетингової діяльності в забезпеченні конкурентоспроможності круїзної судноплавної компанії.
34. Види маркетингового контролю та їх роль в управлінні круїзної судноплавної компанії.
35. Маркетинговий аудит в круїзному судноплавстві.

7. Методи контролю

Здобувачі вищої освіти опановують зміст навчальної дисципліни у наступних видах навчальної роботи: опрацювання лекційних матеріалів, підготовка до практичних занять, надання відповідей на тести з тем курсу; виконання практичних завдань, обговорення конкретних ситуацій на практичних заняттях; розв'язання задач.

Поточне оцінювання здобувачів вищої освіти здійснюється у вигляді демонстрації їх результатів навчання та оцінювання: усної відповіді на питання лекційного курсу; розв'язання задач, вправ, виконання певних розрахунків; виступ на практичних з рефератом, в дискусії.

Підсумковий контроль проводиться для оцінювання якості засвоєння навчального матеріалу дисципліни з урахуванням результатів поточного контролю. Форма підсумкового контролю: *екзамен*.

Методи демонстрації здобутих результатів навчання

№ п/п	Результати навчання	Методи демонстрації
1	Знати основні напрямки та перспективи розвитку морського круїзного туризму;	Усна відповідь на питання лекційного курсу, письмова відповідь на тести, виступ на практичних заняттях
2	Знати основні методи оцінки якості послуг в круїзних судноплавних компаніях;	Усна відповідь на питання лекційного курсу, виступ на практичних заняттях з докладом, в дискусії
3	Уміти інтегрувати стратегію управління якістю в загальну систему стратегічного управління підприємства;	Усна відповідь на питання лекційного курсу, в дискусії
4	Знати концептуальні засади побудови системи державного регулювання розвитку морського туризму;	Усна відповідь на питання лекційного курсу, підготовка АКР, в дискусії
5	Знати основи побудови, розрахунку і аналізу сучасної системи показників, що характеризують діяльність господарюючих суб'єктів у сфері туризму та наданні транспортних послуг;	Усна відповідь на питання лекційного курсу, письмова відповідь на тести, в дискусії
6	Уміти обґрунтовувати вибір маркетингової	Розв'язання задач, вправ, виконання певних розрахунків, письмова відповідь на тести

	збутової стратегії у круїзному судноплаванні;	
7	Уміти обґрунтовувати доцільність використання реклами в сфері морського круїзного туризму;	Розв'язання задач, вправ, виконання певних розрахунків, виступ на практичних заняттях з докладом, в дискусії
8	Уміти систематизувати та аналізувати інформацію щодо факторів, які впливають на макросередовище круїзної судноплавної компанії та ринкову ситуацію.	Розв'язання задач, вправ, виконання певних розрахунків, в дискусії

8. Схема нарахування балів за навчальною дисципліною

Таблиця розподілу оцінок по результатам навчання за різними шкалами

Шкала оцінювання ВНЗ	Національна оцінка	Критерії оцінювання
A	відмінно	Студент проявляє особливі здатності, уміє самостійно добувати знання, без допомоги викладача знаходить і обробляє необхідну інформацію, уміє використовувати набуті знання й уміння для прийняття рішень у нестандартних ситуаціях, переконливо аргументує відповіді, самостійно розкриває власні дарування й похилості
B	добре	Студент вільно володіє вивченим обсягом матеріалу, застосовує його на практиці, вільно вирішує вправи й завдання в стандартних ситуаціях, самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких незначно
C		Студент уміє зіставляти, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача; у цілому самостійно застосовувати її на практиці; контролювати власну діяльність; виправляти помилки, серед яких є істотні, підбирати аргументи для підтвердження думок
D	задовільно	Студент відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання й розуміння основних положень; за допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, виправляти помилки, серед яких значна кількість істотних
E		Студент володіє навчальним матеріалом на рівні вище початкового, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні

FX	не задовільно	Студент володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу
F	не задовільно з обов'язковим повторним вивченням	Студент володіє матеріалом на рівні елементарного розпізнавання й відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів

9. ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

1. Сутність та зміст маркетингу у круїзному судноплаванні
2. Становлення та розвиток туристичного маркетингу
3. Функції маркетингу в туризмі
4. Основні умови та принципи застосування маркетингу у круїзному судноплаванні
5. Планування маркетингової діяльності в туризмі.
6. Ринок послуг морського туризму як основа функціонування маркетингу.
7. Круїзна судноплавна компанія – основна ланка реалізації концепції маркетингу.
8. Сегментація круїзного ринку.
9. Характеристика і мотиви поведінки споживачів морського туризму.
10. Методичні основи маркетингових досліджень ринку круїзних послуг.
11. Маркетингові стратегії в туризмі. Розробка та вибір альтернативних стратегій.
12. Контроль маркетингової діяльності.
13. Туристичні послуги та туристичний продукт. Класифікація турів.
14. Життєвий цикл туристичного продукту
15. Поняття, чинники формування та види ринку туристичних послуг.
16. Територіальні структури туристичного ринку. Попит і пропозиція на туристичному ринку.
17. Особливості поведінки споживача на різних ринках.
18. Сегментація споживачів туристичних послуг в круїзному бізнесі.
19. Маркетингові рішення по забезпеченню конкурентних переваг.
20. Історія виникнення та тенденції розвитку туристичного бренду.
21. Умови та можливості виходу на туристичний ринок. продуктова стратегія туристичного підприємства
22. Суть, типи і напрями маркетингових досліджень в туризмі. Етапи маркетингових досліджень.
23. Форми організації маркетингових досліджень в туризмі.

24. Маркетингова інформація та її види. Методи збору маркетингової інформації.
25. Система аналізу маркетингової інформації.
26. Дослідження маркетингового середовища туристичних підприємств.
27. Маркетингові дослідження ринку туристичних послуг. Маркетингові дослідження конкурентів.
28. Маркетингові дослідження споживачів туристичних послуг.
29. Поняття та методи сегментації ринку туристичних послуг.
30. Сегментація туристичного ринку по декількох ознаках. Позиціонування туристичного продукту.
31. Ціна в комплексі маркетингу туристичного підприємства. Фактори та цілі процесу ціноутворення.
32. Методи ціноутворення в туризмі. Вибір та реалізація цінової стратегії.
33. Формування збутової стратегії туристичними підприємствами.
34. Канали збуту туристичного продукту. Вибір посередників та напрямки співпраці з ними.
35. Сутність та елементи маркетингової комунікації. Цільова аудиторія маркетингової комунікації.
36. Розробка бюджету та аналіз результатів маркетингової комунікації в туризмі.
37. Комунікаційна стратегія маркетингу в туризмі.
38. Суть, цілі та функції реклами в туризмі. Види туристичної реклами.
39. Характеристика сучасного рекламного процесу.
40. Рекламні звернення. Рекламні кампанії туристичних підприємств.
41. Ефективність рекламної діяльності в туризмі.
42. Використання прямої реклами в туризмі.
43. Специфіка міжнародного туристичного ринку.
44. Особливості маркетингу на світовому туристичному ринку. Організація маркетингових досліджень на зовнішніх ринках.
45. Стратегія і тактика проникнення на зовнішні туристичні ринки.

10. Рекомендована література

Основна:

1. Голубкова І.А. Економічний механізм розвитку круїзного судноходства України: монографія / І.А. Голубкова. – Одеса: ИздатИнформ, 2011. – 323 с.
2. Жихарева В.В. Економіка морського транспорту: учебник / [В.В. Жихарева, А.М. Котлубай, О.Н. Кибик и др.]. – Харьков: Бурун Книга, 2012. – 480с.
3. Корінев М.Х.,Корецький О.І.Маркетингова цінова політика – К.: «Центр учбової літератури», 2019. – 200 с.
4. Летуновська Н.Є., Люльов О.В. Маркетинг у туризмі : підручник /. – Суми: Сумський державний університет, 2020. – 270 с.
5. Мальська М.П. Основи маркетингу в туризмі – К.: «Центр навчальної літератури», 2016.-364с.
6. Нездоймінов С.Г. Формування ринку морського круїзного туризму в Причорноморських регіонах України.- Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія /За загальною ред. В.Г. Герасименко.- Одеса: Астропринт, 2013.- 262-317с.
7. Окландер М.А., Кірносова М.В. Маркетингова товарна політика – К.: «Центр учбової літератури», 2020. -246с.
8. Примачов М.Т. Стратегія формування круїзного судноплавства / М.Т. Примачов, І.А. Голубкова // Проблеми міжнародних транспортних коридорів та єдиної транспортної системи України: матеріали VI наук.-практ. міжнар. конф., 7-12 червня 2010 р.: тези допов. – Харків, 2010.-238с.

Додаткові рекомендовані джерела:

9. Бундікевич І.М. Маркетинг в галузях і сферах діяльності - К.: «Центр навчальної літератури», 2017.- 536с.
10. Литовченко І.Л., Пилипчук В.Л. Інтернет – маркетинг – К.: Центр навчальної літератури», 2017.-184с.
11. Ярова Н.В., Воркунова О.В., Ліщенко В.С. Розвиток круїзного судноплавства на Чорному морі // — Вып. 4. Т. 1. — Одеса: Купrienko С.В., 2016. — 94 с. — С. 4—10.

11. Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. Президент України <http://www.president.gov.ua>
2. Верховна Рада України. <http://www.rada.gov.ua>
3. Кабінет Міністрів України <http://www.kmu.gov.ua>
4. Міністерство економіки України <http://www.me.gov.ua>
5. Міністерство фінансів України <http://minfin.kmu.gov.ua>
6. Міністерство освіти і науки України <http://www.mon.gov.ua>
7. Головне управління статистики України <http://www.ukrstat.gov.ua>
8. Українська Асоціація Маркетингу <http://uam.in.ua/>
9. Американська асоціація маркетингу <https://www.ama.org>
10. Маркетинговий портал <http://www.marketing-research.in.ua>