**ДИВЕРСИФІКАЦІЯ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ ЧЕРЕЗ ЗБАЛАНСОВАНІСТЬ ТА КРЕАТИВНІСТЬ: ПОШИРЕННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ В УКРАЇНІ**

**Поточний заліковий модуль 4** Європейські практики креативного сільського туризму: кластерний та мережевий підходи

**Практичне заняття 5**

МАРКЕТИНГ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ (КЕЙС РУМУНІЇ ТА ПОЛЬШІ)

**Викладач: Осаул А.О.**

**План**

1. Маркетинг сільського туризму як фактор регіонального розвитку в Європі.

2. Прямий маркетинг в сфері сільського туризму.

3. Особливості маркетингової політики підприємств у сфері сільського туризму Румунії.

4. Успішні польські практики просування туристичних продуктів на локальному та міжнародному рівні.

1. **ПРАКТИЧНА ЧАСТИНА**

**Завдання 1. Ознайомлення з основними принципами маркетингу в сфері сільського туризму в Європі.**

1. Ознайомтеся з дослідженням щодо філософії маркетингу в сфері агротуризму в Європі. URL : <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2191077>

Обґрунтуйте доцільність використання принципу Customer Relationship Management як найбільш релевантного до ситуації, яка склалася на сучасному ринку сільського туризму.

У чому полягає різниця між продуктоцентричним та вартісноцентричним підходами?

Виокремить три основні принципи, на яких ґрунтується маркетинг в сільському туризмі.

Якими є основні обмеження та виклики, з якими стикається локальний сільський туризм?

Доведіть необхідність використання маркетингових підходів у креативному сільському туризмі.

# 2.Прочитайте уривки зі статті «Формування інтегрованих маркетингових комунікацій підприємництва в сфері сільського аграрного туризму» URL : <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=frvu_2018_2_17> та з’ясуйте сутність концепції «інтегрованих маркетингових комунікацій», завдання реклами в сільському туризмі, цілі стимулювання збуту в сільському туризмі, особливості зв`язків із громадськістю. Під час читання заповніть наступну таблицю:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Поняття | Мета | Прояви |
| Прямий маркетинг у сільському туризмі |  |  |

**Завдання 2.** Мозковий штурм.

1. Викладач формулює тему «мозкового штурму» («Промоушн туристичного продукту в сфері сільського туризму в Румунії») і запрошує студентів до обміну думками з таких приводів:

Чи є достатніми соціально-економічні та природно-кліматичні передумови розвитку сільського туризму в Румунії?

Чи можливо розвивати сільській туризм в Румунії без використання маркетингових інструментів?

Чи необхідно застосовувати інноваційні маркетингові політики дрібному та середньому бізнесу в сфері сільського туризму?

Якби ви були приватним підприємцем, який надає диверсифіковані туристичні продукти, чи використовували би ви сучасні технології просування свого продукту? Чому?

**Матеріали для ознайомлення**:

1. The Romanian rural tourism. Actuality and perspectives in the context of innovation economy. URL: <https://www.economic-debates.ro/Art%201%20Stoican%20DSE%202%202018.pdf>

2. Advertising and Promotion in Rural Tourism in Romania. A Content Analysis of Social Media Advertisement. Case Study. URL: <https://proceedings.lumenpublishing.com/ojs/index.php/lumenproceedings/article/view/83/79>

2. Викладач формулює тему «мозкового штурму» («Промоушн туристичного продукту фермерськими господарствами Польщі») і запрошує студентів до обміну думками з таких приводів:

Проілюструйте забезпеченість сільського господарства Республіки Польща природними, економічними та людськими ресурсами, придатними для розвитку сільського туризму?

Які сектори сільського господарства Польщі зазнають змін в 21 ст. ? Чому?

Чи необхідно застосовувати інноваційні маркетингові політики дрібному та середньому фермерському бізнесу в сфері сільського туризму, наприклад рекламу за кордоном?

Якби ви були приватним підприємцем, який надає диверсифіковані туристичні продукти, які би ви запропонували креативні продукти на основні місцевої культурної традиції? Чому?

**Матеріали для ознайомлення**:

1. Poland: Promoting Rural Tourism On Polish Farms. URL: https://www.dw.com/en/poland-promoting-rural-tourism-on-polish-farms/a-2412966

2. Rural tourism in Poland. URL: https://www.researchgate.net/publication/328631966\_Rural\_tourism\_in\_Poland

**Завдання 3. Рольова гра «Відвідування екомузею в Добкові, Польща»**

1. Викладач пропонує студентам уявити себе групою мешканців міста, які бажають покращити ситуацію на селі та шукають приклади вдалих маркетингових стратегій у сільському туризмі. Студенти поділяються на чотири групи, кожна з яких має представити свій план змін.

**Матеріали для ознайомлення:**

Екомузеї ремесел у Добкові (Республіка Польща).URL: https://media.villagreta.pl/m/2015/09/ekomuzeum-druk.pdf

**Завдання 4. Бліц-опитування**

Викладач пропонує студентам пройти коротке опитування:

1. Мета появи екомузеїв в Польщі.

2. Основні компоненти поняття екомузей.

3. Мета поєднання маркетингового потенціалу з потенціалом продажів?

4. Зазначте показники ефективності веб-сторінок підприємств у сфері сільського туризму.

**Матеріали для ознайомлення**:

1. The ecomuseum as a sustainable product and an accelerator of regional development. The case of the Subcarpathian Province. URL: <https://www.researchgate.net/publication/272020981_The_ecomuseum_as_a_sustainable_product_and_an_accelerator_of_regional_development_The_case_of_the_Subcarpathian_Province>

2. Marketing Potential of Websites of Rural Tourism Facilities in Poland. URL: https://www.researchgate.net/publication/334366059\_Marketing\_Potential\_of\_Websites\_of\_Rural\_Tourism\_Facilities\_in\_Poland

**Завдання 5. Дискусія, присвячена обговоренню теми: Освітній вимір агротуризму.**

1. Підготовчий етап: саморефлексія «Освіта та сільськогосподарський туризм».

1.1 Викладач запрошує студентів сформулювати власне розуміння освітнього виміру агротуризму, навести приклади етапів у життєвому циклі людини, які визначають її ставлення до екотуризму.

1.2 Викладач запрошує студентів самостійно опрацювати питання освітньої діяльності в сфері агротуризму з залученням культурної спадщини.

Студенти порівнюють отриману інформацію щодо фермерських господарств, які надають освітні послуги спочатку між собою, а потім – із узагальненими результатами на дошці в формі заповненої таблиці, та витлумачують наявні розбіжності.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Освітній інструмент | Характеристика | Приклад |
| 1 |  |  |  |
| … |  |  |  |

**Матеріали для ознайомлення:**

1. Educational aspects of agritourism business in Poland. URL: https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:vCu0biGdEJ0J:https://pressto.amu.edu.pl/index.php/kse/article/download/22489/23590/+&cd=8&hl=ru&ct=clnk&gl=ua

**Завдання 6. Робота в групах.**

1. Студенти поділяються на дві групи і, працюючи навперемін біля інтерактивної дошки, заповнюють порівняльну таблицю

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Назва | Місцевість | Характеристики |
| 1 | „Pancakes Festival” | Prejmer, Brasov County |  |
| 2 | „Traditions and Customs Festival” | Salciua, Alba County |  |
| 3 | „The lambs weaning” | Varlaam, Buzau County |  |
| 4 | „A table in a plate” | Dambovicioara, Arges County |  |
| 5 | „Gastronomic Festival” | Turia, Covasna County |  |
| 6 | The Festival „Milk measure and meeting with village children” | Sirnea, Brasov County |  |
| 7 | … |  |  |

1. Отримавши результати, викладач запрошує студентів до обговорення таких питань:

1.Мета проведення щорічних традиційних фестивалів у Румунії.

2. Вплив традиційних фестивалів на популяризацію креативного сільського туризму, в тому числі на міжнародному рівні.

3. Роль маркетингу в поширенні диверсифікованих туристичних продуктів на національному та міжнародному рівні.

**ІІІ. Дидактичні матеріали до завдань модуля 4**

1. Екомузеї ремесел у Добкові (Республіка Польща).URL: https://media.villagreta.pl/m/2015/09/ekomuzeum-druk.pdf



1. 42 округи Румунії, що проводять фестивалі у сільській місцевості. URL:

<https://www.cactus-journal-of-tourism.ase.ro/Pdf/vol7/2%20STOIAN%20.pdf>

