

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ  
«ІВАНО-ФРАНКІВСЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ  
КАРПАТСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ  
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА»**

Циклова комісія професійної та практичної підготовки  
спеціальність «Туризм і рекреація»

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**«РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ»**

**освітньо-професійний ступінь «Фаховий молодший бакалавр»**

Освітньо-професійна програма «Туризм»

Спеціальність 242 Туризм і рекреація

Галузь знань 24 Сфера обслуговування

Освітня кваліфікація : Фаховий молодший бакалавр з туризму

Затверджено на засіданні циклової комісії  
професійної та практичної підготовки спеціальність  
«Туризм і рекреація»  
Протокол № 1 від 29 серпня 2025 р.

## 1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Рекламна діяльність
Викладач (-і)	Вінтоняк Любомир Васильович
Контактний телефон викладача	+380997008300
E-mail викладача	liubomyr.vintoniak@pnu.edu.ua
Формат дисципліни	очний
Обсяг дисципліни	3 кредити ЄКТС, 90 год
Посилання на сайт дистанційного навчання	<a href="http://www.d-learn.pu.if.ua/">http://www.d-learn.pu.if.ua/</a>
Консультації	

## 2. Анотація до навчальної дисципліни

«Рекламна діяльність» як дисципліна вивчає сутність, цілі, функції та методи впливу на споживачів з метою просування товарів чи послуг, формування позитивного образу бренду та досягнення маркетингових цілей. Її суть полягає в комплексній інформаційно-комунікаційній діяльності, що включає планування, створення та розміщення рекламних звернень для задоволення потреб як бізнесу, так і споживачів.

Суть рекламної діяльності як дисципліни:

• **Інформаційна функція:**

Надання споживачам інформації про товари та послуги, їхні переваги та особливості, що дозволяє формувати обізнаність та інтерес.

• **Комунікаційна функція:**

Взаємодія з цільовою аудиторією через засоби масової комунікації для створення унікального образу бренду та формування довіри.

• **Маркетингова функція:**

Використання реклами для досягнення бізнес-цілей, таких як збільшення продажів, стимулювання попиту, розширення ринків та побудова довгострокових відносин зі споживачами.

• **Соціальна функція:**

Вплив на громадську думку, формування суспільних цінностей та вдосконалення споживчих стандартів.

Предмет вивчення дисципліни "Рекламна діяльність" є аналіз процесів створення, розповсюдження та оцінки ефективності рекламних кампаній.

## 3. Мета та цілі навчальної дисципліни

**Мета вивчення навчальної дисципліни "Рекламна діяльність"** – надати студентам знання та практичні навички для ефективно організації рекламних кампаній, розуміння ролі реклами в бізнесі та комунікаціях, а також навчити їх аналізувати рекламний ринок і створювати конкурентоспроможну продукцію. Вона включає розуміння принципів рекламного впливу на споживача, використання різних каналів комунікації та їхніх психологічних аспектів.

**Основні цілі** дисципліни "Рекламна діяльність" надати студентам теоретичні знання та практичні навички в галузі реклами, сформувані розуміння ролі реклами в бізнесі, навчити основам управління рекламними кампаніями, плануванню, медіаплануванню та оцінці їхньої ефективності. Це дозволяє здобувачам освіти навчитися генерувати рекламні ідеї та впроваджувати їх у життя, а також застосовувати інструменти управління рекламною діяльністю.

#### 4. Програмні компетентності та результати навчання

##### Загальні компетентності:

ЗК3. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК5. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК8. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

##### Спеціальні компетентності:

**СК 3.** Здатність ідентифікувати туристичний ресурсний потенціал країн, регіонів щодо стану і перспектив розвитку туризму.

**СК 4.** Здатність проводити моніторинг ринку туристичних послуг.

**СК 9.** Здатність використовувати діяльності інформаційні технології. у професійній **СК 10.**

Здатність застосовувати організаційні й технологічні процеси суб'єкта туристичної сфери. **СК**

**11.** Здатність реалізовувати ефективні комунікації та навички взаємодії у професійній діяльності.

##### Результати навчання:

**РН 12.** Застосовувати навички командної роботи, лідерства для налагодження комунікації у професійній діяльності.

**РН 13.** Здійснювати пошук, оброблення й аналізування інформації з різних джерел у професійній діяльності.

**РН 14.** Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг у професійній діяльності.

**РН 15.** Використовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології для розв'язання професійних задач

#### 5. Організація навчання

##### Обсяг навчальної дисципліни

Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	10
практичні заняття	20
самостійна робота	60
Ознаки навчальної дисципліни	

Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативна / вибіркова
6	242 Туризм і рекреація	3	вибіркова
Тематика навчальної дисципліни			
Тема	лекції	практичні заняття	самостійна робота
Тема 1. Основи бізнесу в рекламній діяльності	2	2	4
Тема 2. Аналітика та оцінка ефективності реklamних кампаній. Рекламна кампанія: етапи, планування та реалізація		2	8
Тема 3. Цільова аудиторія у рекламній діяльності: сегментація, позиціонування, поведінка споживача	2	2	4
Тема 4. Психологія реклами: вплив емоцій та візуального контенту.	2	2	6
Тема 5. PR - паблік рилейшнз		2	6

Тема 6. Соціальні мережі як інструмент просування реклами	2	2	8
Тема 7. SEO та просування реклами у пошукових системах		2	6
Тема 8. Використання штучного інтелекту в рекламній діяльності (AI маркетинг)	2	2	4
Тема 9. Візуальний маркетинг: роль фотографії та відео у просуванні реклами		2	6
Тема 10. Розробка та просування бренду		2	8
ЗАГ.:	10	20	60

**6. Система оцінювання навчальної дисципліни**

Загальна система оцінювання навчальної дисципліни	Оцінювання знань здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни здійснюється відповідно до Порядку організації та проведення оцінювання успішності студентів університету. Система оцінювання включає поточний, модульний та семестровий контроль знань. Поточний контроль здійснюється під час практичних занять і передбачає усні відповіді здобувачів на теоретичні питання. Вид контролю – залік Максимальна кількість балів – 100. Практичні заняття – 30 балів, Самостійна робота / індивідуальне/творче завдання – 20 балів. Залік – 50 балів.
Вимоги до письмової роботи	Вид роботи – доповідь, повідомлення, презентації. Тестові завдання передбачають вибір правильного варіанта відповіді.
Семінарські заняття	Не передбачено
Умови допуску до підсумкового контролю	Виконання 90% практичних занять. При виставленні допуску до екзамену враховуються навчальні досягнення здобувачів (бали), набрані за поточні опитування під час аудиторних годин, при виконанні завдань для самостійної роботи
Підсумковий контроль	Форма контролю – залік.

### **7. Політика навчальної дисципліни**

1. Академічна доброчесність. Викладання навчальної дисципліни та взаємодія із здобувачем освіти ґрунтуються на основі положень та принципів академічної доброчесності, що регламентують діяльність здобувачів освіти та педагогічних працівників: Кодекс честі Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника; Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника; Положення про запобігання академічному плагіату в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника. Ознайомитися з цими положеннями та документами можна за посиланням <https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/>.

2. Відвідування занять. Пропуски практичних занять відпрацьовуються. Здобувач освіти зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття відповідно до «Порядку організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти Прикарпатського національного університету».

імені Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019 р.; із внесеними змінами наказом № 309 від 19 травня 2023 р.).

Порядок та організація контролю знань здобувачів фахової передвищої освіти визначаються «Положенням про організацію освітнього процесу у Відокремленому структурному підрозділі «Івано-Франківський фаховий коледж Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника», введеного в дію наказом ректора від 13 жовтня 2023 р № 830

<https://ifk.pnu.edu.ua/wp>

[content/uploads/sites/8/2022/05/eb685d9c-837e-46f6-a18f-030a4ea6a7c2.pdf](https://ifk.pnu.edu.ua/wp/content/uploads/sites/8/2022/05/eb685d9c-837e-46f6-a18f-030a4ea6a7c2.pdf)

## 8. Рекомендована література

### *Основна:*

1. Воронько-Невіднича Т. В., Калюжна Ю. П., Хурдей В. Д. Реклама і рекламна діяльність: навчальний посібник для студентів вузів. Полтава: ПДАА, 2018. 228 с.
2. Голда М. Н. Реклама і рекламна діяльність : консп. лекц. Тернопіль : ТНТУ імені Івана Пулюя, 2018. 173 с.
3. Діброва Т. Г., Солнцев С. О., Бажеріна К. В. Рекламний менеджмент: теорія і практика: підручник. Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2018. 300 с. 4. Зубарева М. А. Особливості реклами та ПР у туризмі. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/268616789.pdf>
5. Іванова Л. О. Специфіка реклами на ринку туристичних послуг. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/17138/1/99-Ivanova-164-165.pdf>

### *Додаткова:*

6. Балабанова Л.В., Юзик Л.О. Рекламний менеджмент : підручник. Київ : ЦУЛ, 2017, 392 с.
7. Майорова Н. І. Сучасні тенденції реклами у вітчизняному туристичному бізнесі. Вісник Хмельницького національного університету. 2011. №6. Т. 4. С. 69–73. URL: [http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011\\_6\\_4/069-073.pdf](http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011_6_4/069-073.pdf)
8. Романкін О. В., Давидова О. Г. Особливості маркетингових комунікацій у туристичній сфері: світовий досвід. URL: [http://www.bses.in.ua/journals/2017/13-1\\_2017/7.pdf](http://www.bses.in.ua/journals/2017/13-1_2017/7.pdf)
9. Хасан Алі Аль-Абабнех. Види, значення та ефективність сучасної реклами. Молодий вчений. 2016. № 4 (31). С. 216–220.
10. «Про рекламу»: Закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>
11. Про захист від недобросовісної конкуренції: Закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80#Text>
12. Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності: Закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/258/95-%D0%B2%D1%80#Text>

### *Інформаційні ресурси:*

Сервер Верховної Ради України - [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua)

Ліга Бізнес-Інформ - [www.liga.net](http://www.liga.net)

Нормативні акти України - [www.nau.kiev.ua](http://www.nau.kiev.ua)

Право. Україна - [www.legal.com.ua](http://www.legal.com.ua)

Українське право - [www.ukrpravo.com](http://www.ukrpravo.com)

МОН України - [www.mon.gov.ua](http://www.mon.gov.ua)