

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНИКА»**

Факультет туризму

Кафедра туризмознавства і краєзнавства

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

НАЗВА ДИСЦИПЛІНИ

РЕКЛАМНО-ІНФОРМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Рівень вищої освіти – **другий(магістерський)**

Освітня програма «**Туризмознавство**»

Спеціальність **242 Туризм**

Галузь знань - **24 «Сфера обслуговування**

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 1 від «15» 2020р.

м. Івано-Франківськ – 2020

| 1. Загальна інформація | |
|---|---|
| Назва дисципліни | Рекламно-інформаційна діяльність |
| Викладач (-і) | Гуменюк Галина Михайлівна |
| Контактний телефон викладача | +380990233246 |
| E-mail викладача | Halina.gumeniuk@pnu.edu.ua |
| Формат дисципліни | Очний/заочний |
| Обсяг дисципліни | 3 кредити ЄКТС, 90 год. |
| Посилання на сайт дистанційного навчання | https://d-learn.pnu.edu.ua/ |
| Консультації | Консультації проводять відповідно до графіку консультацій сайту кафедри. Також можливі он-лайн консультації через Skype, Viber або подібні ресурси. |
| 2. Анотація до навчальної дисципліни | |
| <p>Як навчальна дисципліна, реклама і рекламна діяльність забезпечує формування у студентів – майбутніх фахівців – сучасної системи поглядів та спеціальних знань у сфері реклами і рекламної діяльності, вироблення вмінь і навичок із здійснення рекламних досліджень, створення іміджу і розробки фірмового стилю, розробки та проведення рекламних кампаній з метою підвищення ефективності діяльності підприємств.</p> <p>По завершенню вивчення дисципліни «Реклама</p> | |
| 3. Мета та цілі навчальної дисципліни | |
| <p>Надання студентам теоретичних знань та практичних навичок щодо створення рекламних звернень і розробки рекламних кампаній з метою забезпечення їх максимальної комунікативної ефективності.</p> <p>Метою викладання дисципліни є освоєння студентами основних етичних концепцій, понять, методів гуманістичної та власне професійної етики фахівця з туризму в галузі реклами, отримання вмінь їх самостійно застосовувати в безпосередній практичній життєдіяльності, а також набуття навичок, орієнтації у вирішенні складних моральних проблем.</p> <p>Завдання навчальної дисципліни:</p> <ul style="list-style-type: none"> - поінформувати студентів із особливостями рекламних досліджень у туристичній галузі; - ознайомити студентів з особливостями розробки рекламного бюджету; - подати та закріпити знання з теоретичних та практичних засад рекламної стратегії; - ознайомити студентів з основними нормативними документами та положеннями, що регулюють рекламну діяльність. | |
| 4. Загальні і фахові компетентності | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Здатність і готовність спрямувати дії на розв’язання складних непередбачуваних задач і проблем у сфері туризму • Здатність і готовність аналізувати та моделювати стан та розвиток туристичної сфери • Здатність і готовність розробляти системи заходів для забезпечення належного рівня функціонування органів державної влади та суспільства в цілому про сучасний стан та розвиток туристичної сфери | |
| 5. Програмні результати навчання | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Б2. Вміння визначати зміст базових понять з туризмознавства та організації туристичного обслуговування, а також світоглядних та суміжних наук; • Б5. Організувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості та безпеки. | |
| 6. Організація навчання | |
| Обсяг навчальної дисципліни | |
| Вид заняття | Загальна кількість годин |

| | | | |
|--|--|------------------------|-----------------------------|
| лекції | 12 | | |
| семінарські заняття / практичні / лабораторні | 18 | | |
| самостійна робота | 60 | | |
| Ознаки навчальної дисципліни | | | |
| Семестр | Спеціальність | Курс (рік навчання) | Нормативний / вибірковий |
| II | 242 Туризм | 1 | Вибірковий |
| Тематика навчальної дисципліни | | | |
| Тема | | кількість год. | |
| | | лекції | заняття сам. роб. |
| Тема 1. Основи реклами і рекламної діяльності. | | 2 | 2 10 |
| Тема 2. Психологічні основи рекламної діяльності. | | 2 | 2 10 |
| Тема 3. Рекламне дослідження ринку. | | 2 | 4 10 |
| Тема 4. Організація та структура рекламного процесу. | | 2 | 4 10 |
| Тема 5. Засоби розповсюдження рекламної інформації. | | 2 | 2 10 |
| Тема 6. Реклама в туристичній діяльності. | | 2 | 4 10 |
| | | ЗАГ.:12 | 18 60 |
| 7. Система оцінювання навчальної дисципліни | | | |
| Загальна система оцінювання навчальної дисципліни | 100 балів | | |
| Вимоги до письмових робіт | Загальний бал за виконання письмових робіт – 55 балів, що включає: тестовий контроль 1 – 10 балів; тестовий контроль 2 - 10 балів; контроль самостійної роботи 1 - 10 балів; контроль самостійної роботи 2 - 5 балів; індивідуальна робота - 20 балів. | | |
| Семінарські заняття | 45 балів | | |
| Умови допуску до підсумкового контролю | 26 балів | | |
| Підсумковий контроль | залік | | |
| 8. Політика навчальної дисципліни | | | |
| Письмові роботи: Очікується, що студенти виконають декілька видів письмових робіт (есе, вирішення кейсу). | | | |
| Академічна доброчесність: Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування, втручання в роботу інших студентів становлять, але не обмежують, приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману. | | | |
| Відвідання занять є важливою складовою навчання. Очікується, що всі студенти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку студенти зобов'язані дотримуватися усіх строків визначених для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених курсом. | | | |
| 9. Рекомендована література | | | |
| 1. Балабанова Л. В., Юзик Л. О. Рекламний менеджмент. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 392 с. | | | |
| 2.Божкова В. В., Мельник Ю. М. Реклама та стимулювання збуту : навч. посіб.2-ге вид. | | | |

- Київ : Центр учбової літератури, 2010. 200 с.
- 3.Владимирська Г. О., Владимирський П. О. Реклама : навч. посібник.Київ : Кондор, 2006. 334 с.
4. Дудко О. С. Оцінювання дієвості та ефективності реклами :монографія. Київ : Знання, 2012.№ 3(129). 174с.
- 5.Зазимко О. В., Корольчук М. С., Корольчук В. М. Психологія реклами :навч. посіб. Київ : КНТЕУ, 2016. 384 с.
- 6.Мельникович О. М. Рекламний бізнес : менеджмент маркетингу :монографія. Київ : КНТЕУ, 2009. 358 с.
- 7.Миронов Ю. Б., Крамар Р. М. Основи рекламної діяльності : навч.посібник. Дрогобич : Посвіт, 2007. 108 с.
8. Морохова В. О., Бойко О. В., Лорві І. Ф. Рекламний менеджмент :навчальний посібник. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. 236 с.
- 9.Ромат Е.В. Реклама в системі маркетинга: учебник для вузов.Київ:Студцентр, 2008. 480 с.
- 10.Телетов О. С. Рекламний менеджмент : підручник ; 2-ге вид., випр. Суми : Університетська книга, 2012. 367 с.
11. Яцишина Л. К., Деменіна О. М. Рекламний менеджмент : навч. посіб. Київ : КНУТД, 2012. 231 с.
12. Діброва Т. Г. Маркетингова політика комунікацій : стратегії, вітчизняна практика : навч. посіб. Київ : ВД Професіонал, 2009. 320 с.

Викладач: доцент кафедри туризмознавства
і краєзнавства

Гуменюк Г.М.