

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ
СТЕФАНИКА
Факультет туризму
Кафедра туризмознавства і краєзнавства

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
PR-технології в туризмі

Рівень вищої освіти - перший (бакалаврський)

Освітня програма «Туризм. Проектно-грантовий менеджмент»

Спеціальність 242 Туризм

Галузь знань - 24 «Сфера обслуговування»

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол №3 від «18» жовтня 2022 р.

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	PR-технології в туризмі
Викладач (-і)	Гуменюк Галина Михайлівна
Контактний телефон викладача	+380990233246
E-mail викладача	Halina.gumeniuk@pnu.edu.ua
Формат дисципліни	Змішаний (blended) - очно-дистанційний
Обсяг дисципліни	кредити ЄКТС, - 3(90)год.
Посилання на сайт дистанційного навчання	
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>Володіти сучасним рівнем інформаційної та комп'ютерної культури, мати практичні навички роботи на сучасній комп'ютерній техніці. Здатність підтримувати врівноважені і толерантні стосунки з членами колективу та команди, споживачами та іншими представниками сфери життєдіяльності. Уміння ініціювати та формулювати нові ідеї, обґрунтовувати мету і завдання, необхідні ресурси для їх реалізації. Розуміти й усвідомлювати межі своїх знань, уміння набувати і засвоювати нові знання. Здатність використовувати теоретичні і практичні уміння і навички, застосовувати методи наукового дослідження у процесі розв'язання практичних завдань. Знання й уміння забезпечувати якісне виконання завдань професійної діяльності на основі інструкцій, методичних рекомендацій, встановлених норм, нормативів, технічних умов.</p>	
3. Мета та цілі навчальної дисципліни	
<p>Метою вивчення навчальної дисципліни є формування професійного погляду на рекламну діяльність, умінь та навичок використання рекламних технологій та засобів створення та просування рекламної продукції в туризмі.</p> <p>Основними цілями вивчення дисципліни є поінформувати студентів із особливостями рекламних досліджень у туристичній галузі;</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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	
<p>Загальні компетентності:</p> <p>ЗК 04. Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу.</p> <p>ЗК 06. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел</p> <p>ЗК 08. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій</p> <p>ЗК 11. Здатність міжособистісної взаємодії.</p> <p>ЗК14. Здатність працювати в команді та автономно</p>	

Фахові компетентності:

ФК 16. Здатність застосування знання у практичних ситуаціях.

ФК 21. Здатність, розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту.

ФК23.Здатність забезпечувати безпеку туристів у звичайних та складних формах обставинах

ФК27. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації

ФК29. Здатність діяти у правовому полі, керуватися нормами законодавства

5. Програмні результати навчання

ПР01. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів

ПР07. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт.

ПР09. Організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.

6. Організація навчання

Обсяг навчальної дисципліни – 3 кредити ЄКТС

Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	18
семінарські заняття / практичні / лабораторні	28
самостійна робота	44

Ознаки навчальної дисципліни

Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірково й
8	242 Туризм	4	вибірково й

Тематика навчальної дисципліни

Тема	кількість год.		
	лекції	заняття	сам. роб.
Тема 1 Місце та роль рекламно-інформаційної діяльності в туристичній індустрії.	2	4	6
Тема 2 Методика проведення рекламних досліджень	4	4	6
Тема 3 Визначення цілей реклами	2	4	6
Тема 4 . Прийняття рішення про рекламне звернення.	2	4	6
Тема 5. Розробка рекламного бюджету.	2	4	6
Тема 6. Оцінка ефективності рекламної діяльності.	2	4	6

Тема 7. Туристична реклама в пресі	2	2	4
Тема 8. Друкована реклама, аудіовізуальна реклама та радіо- і телереклама.	2	2	4
ЗАГ.	18	28	44
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			
<p>Письмові роботи: Очікується, що студенти виконають декілька видів письмових робіт (есе, вирішення кейсу).</p> <p>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.</p> <p>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.</p>			
9. Рекомендована література			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Вачевський М.В. Маркетинг: основи теорії і практики. Львів: Каменяр, 1999. 223 с. 2. Владимирська Г.О. Реклама: навч. посіб. Київ: Кондор, 2006. 334 с. 3. Дайновський Ю.А. Маркетингові прийоми. Київ.: А.С.К., 1998. 112 с. 4. Дебеллак Д. Магія маркетингу. Київ: Софія, 1997. 288 с. 5. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Книги – ХХІ, 2003. 300 с. 6. Макгаллі М. Т. Основи ефективних продаж. Київ Софія, 1997. 288 с. 7. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2004. 272 с. 8. Міжнародний кодекс рекламної практики (Міжнародний документ, прийняття 02.12.1986) / Нормативно-правове забезпечення [Електронний ресурс]. – Режим 			

доступу до джерела: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/988_010

9. Почепцов Г. Г. Іміджмейкер. Київ : НВФ "Студцентр", 1998. – 256 с.

10. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії: навч. посіб.. Чернівці: ЧТЕІ КНЕУ, 2003. 662 с.

Викладач доцент, Гуменюк Г.М.