

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

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
Рекламні 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.

<b>1. Загальна інформація</b>	
<b>Назва дисципліни</b>	Рекламні технології в туризмі
<b>Викладач (-і)</b>	Гуменюк Галина Михайлівна
<b>Контактний телефон викладача</b>	+380990233246
<b>E-mail викладача</b>	Halina.gumeniuk@pnu.edu.ua
<b>Формат дисципліни</b>	Змішаний (blended) - очно-дистанційний
<b>Обсяг дисципліни</b>	кредити ЄКТС, - 3(90)год.
<b>Посилання на сайт дистанційного навчання</b>	
<b>Консультації</b>	Консультації проводять відповідно до графіку консультацій сайту кафедри. Також можливі он-лайн консультації через Skype, Viber або подібні ресурси
<b>2. Анотація до навчальної дисципліни</b>	
<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>	
<b>3. Мета та цілі навчальної дисципліни</b>	
<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"> <li>- ознайомити студентів з особливостями розробки рекламного бюджету;</li> <li>- подати та закріпити знання з теоретичних та практичних засад рекламної стратегії;</li> <li>- ознайомити студентів з основними нормативними документами та положеннями, що регулюють рекламну діяльність.</li> </ul>	
<b>4. Загальні і фахові компетентності</b>	
<p><i>Загальні компетентності:</i></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. Організувати 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 / вибірковий
8	242 Туризм	4	вибірковий

#### 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**

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. 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. Закон України «Про рекламу» // Відомості Верховної Ради України. 1996. № 39 [Електронний ресурс]. – Режим доступу до джерела: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр>
6. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Книги – XXI, 2003. 300 с.
7. Макгаллі М. Т. Основи ефективних продаж. Київ Софія, 1997. 288 с.
8. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу: навч. посіб. Київ: Центр навчальної

літератури, 2004. 272 с.

9. 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](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/988_010)

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

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

Викладач доцент, Гуменюк Г.М.