

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



Факультет туризму

Кафедра туризмознавства і краєзнавства

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Рекламно-інформаційна діяльність

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

Освітня програма «Туризмознавство»

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

Затверджено на засіданні кафедри
туризмознавства і краєзнавства
Протокол № __ від “__” _____ 2023 р.

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до навчальної дисципліни
3. Мета та цілі навчальної дисципліни
4. Програмні компетентності та результати навчання
5. Організація навчання
6. Система оцінювання навчальної дисципліни
7. Політика навчальної дисципліни
8. Рекомендована література

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	Рекламно-інформаційна діяльність
Викладач (-і)	Гуменюк Галина Михайлівна, доцент, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризмознавства і краєзнавства;
Контактний телефон викладача	+380990233246
E-mail викладача	Гуменюк Галина Михайлівна – halina.gumenik@pnu.edu.ua;
Формат дисципліни	очний/заочний
Обсяг дисципліни	3 кредити ECTS, 90 год.
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua/ https://test-d-learn.pnu.edu.ua/course/subscription/through/url/a5ed78f11c724f5221df
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	
Предметом вивчення навчальної дисципліни «Рекламно-інформаційна діяльність» у системі підготовки фахівців сфери туризму за напрямом «Туризмознавство» є набуття знань та системного мислення щодо організації реклами в туризмі, а також курс спрямований на вивчення теоретичних і практичних засад здійснення ефективної рекламної кампанії у сферах матеріального та нематеріального виробництва, в тому числі у туристичній сфері. Повне освоєння матеріалу з дисципліни дозволить студенту стати конкурентоспроможним фахівцем на ринку праці.	
3. Мета та цілі навчальної дисципліни	

Метою викладання навчальної дисципліни «Рекламно-інформаційна діяльність» є формування у студентів професійного погляду на рекламну діяльність, умінь та навичок використання рекламних технологій та засобів створення рекламної продукції в туризмі. Основними **цілями** вивчення дисципліни є 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

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати:

- основні принципи організації рекламної діяльності на підприємствах і в організаціях туристичного бізнесу;
- особливості діяльності рекламних агентств;
- засоби поширення рекламної інформації; - основи організації рекламної кампанії;
- взаємозв'язок маркетингової і рекламної стратегій туристичної фірми;
- критерії оцінювання рекламної діяльності; - основні види, типи реклами в туризмі;
- законодавче та суспільне регулювання реклами в туризмі.

вміти:

- скласти ефективне рекламне повідомлення;
- розробляти та планувати рекламні кампанії;
- розробляти рекламний бюджет;
- оцінювати ефективність рекламної діяльності туристичного підприємства.

4. Програмні компетентності та результати навчання

Складові професійної компетентності:

- здатність і готовність спрямувати дії на розв'язання складних непередбачуваних задач і проблем у сфері туризму
- здатність і готовність здійснювати перевірку достовірності фактів. ; інформаційних повідомлень та адекватності моделей сучасного стану та розвитку і туристичної сфери
- здатність розуміти туристичні процеси і впливати на них;
- здатність використовувати в професійній діяльності усне та писемне мовлення державною та іноземними мовами.

Результати навчання:

- організувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.
- проявляти професійну толерантність до етичних принципів.
- відстоювати свої погляди в розв'язанні професійних завдань.

5. Організація навчання

Обсяг навчальної дисципліни – 90 год.

Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	12
семінарські заняття / практичні / лабораторні	18
самостійна робота	60

Ознаки курсу

Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий

2	242 «Туризм і рекреація»	1	Вибіркова (цикл загальної підготовки)	
Тематика навчальної дисципліни				
Тема		кількість год.		
		лекції	заняття	сам. роб
Тема 1. Сучасна реклама в туризмі: предмет, функції, цілі, завдання. Рекламні засоби в туризмі.		2	2	6
Тема 2. Методика проведення рекламних досліджень		0	2	7
Тема 3. Формування Бренду тур підприємства		2	2	7
Тема 4. Види реклами		0	2	7
Тема 5. Робота з цільовою аудиторією в туристичному бізнесі. Сфери застосування PR		2	2	6
Тема 6. Розробка рекламної і PR-компанії в туризмі		2	2	7
Тема 7. Прийняття рішення про рекламне звернення.		2	2	6
Тема 8. Розробка бюджету рекламної компанії		2	2	7
Тема 9. Оцінка ефективності рекламної діяльності		0	2	7
ЗАГ.:		12	18	60
6. Система оцінювання навчальної дисципліни				
Загальна оцінювання курсу	система	<p>Форми контролю знань студентів:</p> <ul style="list-style-type: none"> • поточний; • підсумковий семестровий (підсумкова контрольна робота). <p>Оцінювання знань студентів здійснюється за 100-бальною шкалою, яка переводиться у відповідну національну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») та шкалу європейської кредитно-трансферної системи (ЄКТС – А, В, С, D, E, FX, F).</p> <p>Поточний контроль проводиться на кожному практичному занятті та за результатами виконання завдань самостійної роботи. Він передбачає оцінювання теоретичної підготовки студентів із зазначеної теми (у тому числі, самостійно опрацьованого матеріалу) під час роботи на практичних заняттях. Оцінки у національній шкалі («відмінно» – 5, «добре» – 4, «задовільно» – 3, «незадовільно» – 2), отримані студентами, виставляються у журналах обліку відвідування та успішності академічної групи (питома вага оцінки – 40%).</p>		

	Підсумковий семестровий контроль – це підсумкове оцінювання результатів навчання здобувача вищої освіти за семестр, що здійснюється в університеті у формі письмової контрольної роботи. На підсумковий семестровий контроль виносяться питання, що передбачають перевірку розуміння студентами програмного матеріалу дисципліни в цілому та рівня сформованості відповідних компетентностей після опанування курсу. Підсумковий семестровий контроль оцінюється від 0 до 30 балів.
Вимоги до письмової роботи	Письмова робота включає 3 блоки завдань за тематикою курсу. Студенти денної форми навчання завершують її виконання і здають на 9-му занятті практичного курсу. Студенти заочної форми – за 10 днів до початку сесії. Робота виконується у електронному вигляді.
Практичні заняття	Поточні оцінки, які отримуються під час практичних занять, сумуються.
Умови допуску до підсумкового контролю	Студентам, які мають пропуски, дозволяється ліквідувати академічну заборгованість відповідно до графіку ліквідації академзаборгованості за встановленими правилами.
7. Політика навчальної дисципліни	
Академічна доброчесність	Очікується, що студенти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Положенням про запобігання академічному плагіату в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника (https://pnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/10/Нова-редакція-Положення-про-запобігання-академічному-плагіату.pdf).
Відвідування занять	Відвідування занять є важливою складовою навчання. Дозволяється вільне відвідування лекцій. Пропуски практичних занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку на консультаціях.
Неформальна освіта	Зараховуються як підсумковий контроль, результати онлайн курсів на платформах Coursera, Prometheus, які відповідають програмі навчальної дисципліни. Рекомендовані: <ul style="list-style-type: none"> • Нативна реклама. https://apps.prometheus.org.ua/learning/course/course. • Експрес курс підготовки менеджера з продажу реклами в локальному медіа «з нуля» https://prometheus.org.ua/course/course-v1 • Маркетинг: розробка та продаж пропозиції цінності. https://apps.prometheus.org.ua/learning/course/course-v1:Prometheus+MARKETING101. • Академічна доброчесність. Онлайн курс. Prometheus. https://apps.prometheus.org.ua/
8. Рекомендована література	
Студенти заохочуються до використання також й іншої літератури та джерел, яких немає серед рекомендованих.	

1. Іванченко Н., Борисова Ю. Маркетинг та інші. [Електронний ресурс] : навч. посіб. ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
2. Зозульов О.В, Царьова Т.О., Гавриш Ю.О. Маркетинг. Навчально-методичний комплекс. Київ. 2022. 298 с.
3. Кудла Н. Є. Маркетинг туристичних послуг : навчальний посібник / Н. Є. Кудла ; Львів. ін-т економіки і туризму. Київ : Знання, 2018. - 351 с. (Вища освіта XXI ст.).
4. Мальська М. П. Основи маркетингу у туризмі [текст] підручник. Київ: «Центр учбової літератури», 2019. 336 с.
5. Летуновська Н. Є., Люльов О. В. Маркетинг у туризмі. Суми. 2020. 268с.
6. Палига Є. М., Гірняк О. М., Лазановський П. П. Маркетинг : підруч. Львів : Українська академія друкарства, 2020. 352 с.
7. Маркетингові інновації в освіті, туризмі, готельно-ресторанній, харчовій індустрії та торгівлі : колект. монографія / L. Yancheva, N. Savytska, N. Ushakova, T. Shtal, A. Borysova; ред.: Н. Л. Савицька; Харків. держ. ун-т харчування та торгівлі. - Харків : Вид-во Іванченка І. С., 2018. - 174 с. - Бібліогр. в кінці ст. - укр. - англ.
8. Смирнов І.Г. Виставковий маркетинг у туризмі; український та міжнародний досвід. [Електронний ресурс]. Режим доступу до джерела: http://www.rusnauka.com/3_SND_2010/Economics/58311.doc.htm

Гуменюк Галина Михайлівна, доцент кафедри туризмознавства і краєзнавства