

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**



Факультет туризму

Кафедра туризмознавства і краєзнавства

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Рекламні технології в туризмі

Рівень вищої освіти перший(бакалаврський)

Освітня програма «Туризм»

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

Затверджено на засіданні кафедри
туризмознавства і краєзнавства
Протокол № 1 від “25 серпня” 2025 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	Рекламні технології в туризмі
Викладач (-і)	Гуменюк Галина Михайлівна, доцент, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризмознавства і краєзнавства;
Контактний телефон викладача	+380990233246
Е-mail викладача	Гуменюк Галина Михайлівна – halyna.gumeniuk@cnu.edu.ua;
Формат дисципліни	очний/заочний
Обсяг дисципліни	3 кредити ECTS, 90 год.
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua/course/subscription/through/url/4707232119ca2e763c84
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>Курс спрямований на вивчення особливостей просування туристичного продукту компанії та застосовування різних маркетингових інструментів. Предметом вивчення навчальної дисципліни «Рекламні технології в туризмі» у системі підготовки фахівців сфери туризму, а також буття 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.</p>	
3. Мета та цілі навчальної дисципліни	

Метою викладання навчальної дисципліни «Рекламні технології в туризмі» 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

Інтегральна компетентність:

Здатність комплексно розв'язувати складні професійні задачі та практичні проблеми у сфері туризму і рекреації як в процесі навчання, так і в процесі роботи, що передбачає застосування теорій і методів системи наук, які формують туризмознавство, і характеризуються комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності

ЗК01. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні

ЗК03. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо

ЗК04. Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності

СК21. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту

СК22. Розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем

СК27. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації

Програмові результати навчання:

- **ПР01.** Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів.
- **ПР02.** Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії туризму, організації туристичного процесу та туристичної діяльності суб'єктів ринку

- туристичних послуг, а також світоглядних та суміжних наук.
- **ПР19.** Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань.
 - **ПР20.** Виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання

5. Організація навчання

Обсяг навчальної дисципліни – 90 год.

Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	10
семінарські заняття / практичні / лабораторні	20
самостійна робота	60

Ознаки курсу

Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
5	242 «Туризм і рекреація»	3	Вибіркова (цикл загальної підготовки)

Тематика навчальної дисципліни

Тема	кількість год.		
	лекції	заняття	сам. роб
Тема 1. Сучасна реклама в туризмі та рекламні засоби в туризмі.	2	2	6
Тема 2. Комплекс заходів по просуванню(маркетингу) туристичного продукту в Україні.	2	2	6
Тема 3. Реклама, як одні з складових комунікативної політики маркетингу в економіці України.	2	2	6
Тема 4. Відповідальність за порушення законодавства про рекламу в туристичній діяльності України.		2	7
Тема 5. Планування та виробництво рекламної продукції, здійснення рекламних кампаній в тур діяльності.		2	6
Тема 6. PR(зв'язки з громадськістю), як один із складових комунікативної політики в економіці України.	2	2	7
Тема 7. PR та брендинг в туристичній діяльності України.	2	2	6
Тема 8. Регулювання рекламної діяльності в сфері туризму в Україні та за кордоном.		2	8
Тема 9. Відповідальність за порушення законодавства про рекламу в туристичній діяльності України.	0	4	8
ЗАГ.:	10	20	60

6. Система оцінювання навчальної дисципліни

Загальна оцінювання курсу	система	<p>Форми контролю знань студентів:</p> <ul style="list-style-type: none"> • поточний; • виконання індивідуального завдання • підсумковий семестровий . <p>Оцінювання знань студентів здійснюється за 100-бальною шкалою, яка переводиться у відповідну національну шкалу</p>
---------------------------	---------	---

	<p>(«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 – 60%). Індивідуальне завдання - (питома вага оцінки – 30%).</p> <p>Самостійна робота з дисципліни передбачає індивідуальне опрацювання студентом теоретичного матеріалу, виконання індивідуальних завдань. Питома вага оцінки – 10%.</p>
Вимоги до письмової роботи	<p>Тестовий контроль проводиться в системі d-learn у визначені терміни.</p> <p>Студенти денної форми навчання завершують підготовку індивідуальної роботи до 10 заняття, її представлення здійснюється на занятті.</p> <p>Студенти заочної форми здають роботу за 10 днів до початку сесії. Робота виконується у електронному вигляді.</p>
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://efund.cnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/24/2024/02/34-05-polozhennia-pro-zapobihannia-akademichnomu-plahiatu.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	<p>В університеті передбачено повне або часткове зарахування результатів неформальної освіти. Воно регламентується Положенням про визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної освіти, в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника</p> <p>Зараховуються як підсумковий контроль, результати онлайн курсів на платформах Coursera, Prometheus, які відповідають програмі навчальної дисципліни.</p> <p>Рекомендовані:</p> <p>Є можливість отримати додаткові бали, пройшовши онлайн-курс «Стратегічне маркетингове управління бізнес- і</p>

	<p>соціальними проектами» на ВУМ online (https://vumonline.ua/) та/або онлайн-курс «СМС – Система Менеджменту Ситуацій», «Соціальне підприємництво» на Prometheus (https://prometheus.org.ua/), та/або «Подолати кризу. Економічні виклики сучасності», «На варті інтересів бізнесу» на Зрозуміло! (https://courses.zrozumilo.in.ua/).</p> <p>Також є можливість проходити онлайн-курси на платформі Coursera, які мають узгоджуватися попередньо з викладачем</p>
<p>8. Рекомендована література</p>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Іванченко Н., Борисова Ю. Маркетинг та інші. : навч. посіб. ; за ред. Н. Р. Іванченко. 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; Львів. ін-т економіки і туризму. Київ : Знання, 2018. 351 с. 4. Летуновська Н. Є., Люльов О. В. Маркетинг у туризмі. Суми. 2020. 268 с. 5. Люта Д. А. Реклама в туризмі : конспект лекцій для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Туризм» освітньо-професійної програми «Туризм». Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2021. 62 с. 6. Мальська М. П. Основи маркетингу у туризмі: підручник. Київ: «Центр учбової літератури», 2019. 336 с. 7. Маркетингові інновації в освіті, туризмі, готельно-ресторанній, харчовій індустрії та торгівлі : колект. монографія. Харків : Вид-во Іванченка І. С., 2018. 174 с. 	

Гуменюк Г.М., к.пед.наук, доцент кафедри туризмознавства і краєзнавства