



Освітня програма
Спеціальність
Галузь знань
Рівень вищої освіти

Менеджмент готельного, курортного та туристичного сервісу
073 Менеджмент
07 Управління та адміністрування
перший (бакалаврський)

Силабус
навчальної дисципліни
РЕКЛАМА В ТУРИЗМІ
2024-2025 навчальний рік

Викладач	Швачко Вікторія Анатоліївна
Посилання на сайт	https://edu.bdpu.org/course/view.php?id=352
Контактний тел.	-
Е-mail викладача:	shvachko.tory@gmail.com va shvachko@bdpu.org.ua
Графік консультацій	Індивідуально із застосуванням дистанційних технологій

Обсяг курсу на поточний навчальний рік:

Кількість кредитів/ годин	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота	Звітність
3 (90 год.)	16 год.	14 год.	60 год.	Залік

Семестр: осінній (7 семестр)

Мова навчання: українська

Ключові слова: реклама, фірмовий стиль, рекламне звернення, медіа планування, стимулювання збуту, PR діяльність.

Метою є формування професійного погляду на рекламну діяльність, умінь та навичок використання рекламних технологій та засобів створення та просування рекламної продукції в туризмі.

Предметом навчальної дисципліни є процес організації рекламної діяльності у туризмі з метою привернення уваги потенційних споживачів до об'єкта рекламування.

Компетентності та програмні результати навчання:

Загальні: ЗК12. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). **Спеціальні:** СК6. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо. СК14. Розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності.

Програмні результати навчання: ПРН4. Демонструвати навички виявлення проблеми та обґрунтування управлінських рішень. ПРН8. Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації. ПРН12. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації. ПРН15. Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань (мотивів), повагу до різноманітності та міжкультурності.

Зміст курсу: Історія виникнення реклами. Місце і роль реклами в туристичному бізнесі. Правове регулювання рекламної діяльності. Фірмовий стиль туристичного підприємства як засіб реклами. Реклама національного туристичного продукту. Особливості розробки рекламного звернення в туризмі та готельному бізнесі. Медіапланування як складова організації та планування рекламної діяльності. Організація і планування рекламної діяльності. Оцінка ефективності рекламної діяльності. Стимулювання збуту в туризмі. Туристичні ярмарки та виставки. Використання рекламних PR-технологій в туристичному бізнесі.

Методи навчання: словесні: пояснення, бесіда, лекція; наочні (демонстрування із застосуванням інформаційних технологій (презентації); методи дистанційного навчання

(відеоконференції); практичні методи навчання: репродуктивний, пошуковий, дослідницький; інтерактивні методи (мозковий штурм, метод проєктів, дискусія), ситуаційні завдання (кейси); робота у групах, самостійне спостереження; метод усного контролю та метод письмового контролю, тестування засобами системи дистанційного навчання.

Політика курсу (особливості проведення навчальних занять):

Безпека. Оскільки основним пріоритетом в умовах дії воєнного стану залишається Ваша безпека, будь ласка, у разі оголошення повітряної тривоги або ракетних ударів попередьте про це викладача, припиняйте заняття та переходьте в укриття. Якщо немає можливості спуститися в укриття (або його просто немає поблизу), то дотримуйтеся правила двох стін. За можливості повідомте про свій стан після завершення (лекційного або практичного) заняття.

Відвідування занять. Викладачі та всі здобувачі, що вивчають цей курс, зобов'язуються дотримуватись положень університету (<https://bdpu.org.ua/normatyvna-baza-bdpu/regulations-of-educationa/organization-of-educational-activities/>) та розуміють, що за їх порушення несуть особисту відповідальність. Навчальний курс складається з лекцій, практичних занять, самостійної та індивідуальної робіт. Відвідування занять з курсу є особистим вибором здобувача освіти. Підготовка до практичних занять передбачає усне опрацювання теоретичних питань та виконання практичних завдань, оприлюднених заздалегідь. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.

Якщо здобувач вищої освіти відсутній на заняттях, він/вона презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача, а також має право на перескладання поточних оцінок. Перескладання відбувається у формі усної співбесіди. Підсумковий контроль у формі заліку складається з двох частин – тестова (розміщена на платформі MOODLE, тест має бути виконаний у день проведення заліку згідно розкладу) та суми балів за поточне оцінювання та виконання самостійної роботи і індивідуальних завдань. Здобувачі освіти, які отримали незадовільну підсумкову оцінку мають право на перескладання у встановлені терміни.

Академічна доброчесність, використання Chat GPT та професійна етика. Усі письмові роботи, що виконуються Вами під час проходження курсу, перевіряються на наявність плагіату за допомогою <https://www.plag.com.ua/> та Detect Gpt. Відповідно до чинних правових норм, плагіатом вважатиметься: копіювання чужої наукової роботи чи декількох робіт та оприлюднення результату під своїм іменем; створення суміші власного та запозиченого тексту без належного цитування джерел; рерайт (перефразування чужої праці без згадування оригінального автора). Будь-яка ідея, думка чи речення, ілюстрація чи фото, яке ви запозичуєте, має супроводжуватися посиланням на першоджерело. Chat GPT можна використовувати під час підготовки до практичних занять чи самостійної роботи тільки у тому разі, якщо це прописано в політиці до самого завдання. У інших випадках робота буде повернена Вам на доопрацювання.

Дедлайни. Дедлайни для здачі практичних завдань будуть вказані в розкладі курсу на платформі Moodle (<https://edu.bdpu.org/course/view.php?id=1766>). Прошу вас дотримуватися цих дедлайнів. Завдання, які подаються після встановленого терміну, можуть не бути прийняті, якщо не було надано попереднього повідомлення про можливий зміщений дедлайн.

Комунікація. Базовою платформою для нашої взаємодії є Moodle (<https://edu.bdpu.org/course/view.php?id=1766>). Окремо також створено Telegram-групу, яка призначена для нашої активної комунікації, обміну ідеями, зберігання та обговорення матеріалів і, звісно, підтримки одне одного в навчанні та житті. В ній Ви можете залишати свої запитання, ділитися корисними ресурсами та завжди бути в курсі всіх важливих подій та оголошень від мене та одногрупників. Не соромтеся активно брати участь у дискусіях та запитувати рекомендації. Разом нам буде легше досягти успіху в навчанні та забезпечити стабільність вашого розвитку! Однак, цінуймо простір кожного. Тому Ваші особисті повідомлення приймаю в Telegram до 20:00 щодня. З моєї сторони, обіцяю відповідати на кожне повідомлення та теж дотримуватись встановленого правила.

Політика курсу може бути доповнена з урахуванням Ваших пропозицій.

Технічне й програмне забезпечення/обладнання, наочність: технічне, програмне або платформи/вебсервіси (Zoom, Moodle, ChatGPT, Canva, репозитарій та ін.); наочність (мультимедійні презентації, платформи або вебсервіси).

Система оцінювання та вимоги: підсумкова рейтингова оцінка з курсу не може перевищувати 100 балів та розподіляється наступним чином: заходи поточного контролю min 50 - max 100 балів.

За кожну тему курсу здобувач отримує 0-10 балів: теоретична відповідь 0-3, самостійне виконання завдань 0-2, індивідуальна робота над виконанням практичних завдань 0-5.

Загальний бал складається з балів, отриманих за теоретичну відповідь, самостійне виконання практичних завдань з врахуванням прострочень і виправлень, індивідуальної роботи.

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Поточне оцінювання та самостійна робота										Сума (залік)
ЗМ1	ЗМ2	ЗМ3	ЗМ4		ЗМ5	ЗМ6	ЗМ7	ЗМ8		
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	100
10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	

За підсумками навчання за семестр здобувач вищої освіти може отримати 100 балів із розрахунку до 100 балів за поточне оцінювання.

Підсумкова кількість балів визначається за формулою:

$$K = T1 + T2 + T3 + T4 + T5 + \dots + T10 = 100,$$

де K – загальна кількість балів,

T1, T2, T3, T4, T5...T10 – кількість балів за темами,

Критерії оцінювання за темами

№ теми	Кількість балів			
	Усна відповідь	Сам. робота	Інд. робота	Разом
1	2	3	4	5
Змістовий модуль 1.				
Тема 1.	0-3	0-2	0-5	0-10
Разом за змістовим модулем 1	0-3	0-2	0-5	
Змістовий модуль 2.				
Тема 2.	0-3	0-2	0-5	0-10
Разом за змістовим модулем 2	0-3	0-2	0-5	
Змістовий модуль 3.				
Тема 3.	0-3	0-2	0-5	0-10
Разом за змістовим модулем 3	0-3	0-2	0-5	
Змістовий модуль 4.				
Тема 4.	0-3	0-2	0-5	0-10
Тема 5.	0-3	0-2	0-5	0-10
Разом за змістовим модулем 4	0-6	0-4	0-10	
Змістовий модуль 5.				
Тема 6.	0-3	0-2	0-5	0-10
Разом за змістовим модулем 5	0-3	0-2	0-5	
Змістовий модуль 6.				
Тема 7.	0-3	0-2	0-5	0-10
Разом за змістовим модулем 6	0-3	0-2	0-5	
Змістовий модуль 7.				
Тема 8.	0-3	0-2	0-5	0-10
Разом за змістовим модулем 7	0-3	0-2	0-5	

1	2	3	4	5
Змістовий модуль 8.				
Тема 9.	0-3	0-2	0-5	0-10
Тема 10.	0-3	0-2	0-5	0-10
Разом за змістовим модулем 8	0-6	0-4	0-10	
Разом за змістовні модулі	0-30	0-20	0-50	0-100
Всього (ЗАЛК)				0-100

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Оцінка за бальною шкалою, що використовується в Університеті	Оцінка за шкалою ЄКТС
90-100	A
78-89	B
65-77	C
58-64	D
50-57	E
35-49	FX (з можливістю повторного складання)
1-34	F (з обов'язковим повторним вивченням ОК)

Список рекомендованих джерел

Основні

1. Забуранна Л.В., Сіренко К.В. Маркетингові комунікації туристичних підприємств: сучасна теорія і практика : монографія. Київ : Ліра-К, 2017. 352 с.
2. Король І. В. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посіб. уклад. І. В. Король. Умань : Візаві, 2018. 191 с.
3. Летуновська Н. Є., Люльов О. В. Маркетинг у туризмі : підручник. Суми : Сумський державний університет, 2020. 270 с.
4. 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.
5. Правник Ю. М. Маркетинг туризму: підручник. Київ : Знання, 2015. 303 с.

Додаткові

6. Балабанова Л. В, Юзик Л. О. Рекламний менеджмент : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 366 с.
7. Гусарченко Н. В. Реклама локальних туристичних організацій на прикладі туристичної агенції «Кривбастур» : кваліфікаційна робота / науковий керівник – канд. геогр. наук, доц. Вікторія Сергіївна Пацюк. Кривий Ріг, 2023. 86 с. URL: <https://elibrary.kdpu.edu.ua/handle/123456789/7133>
8. Діброва Т. Г., Солнцев С. О., Бажеріна К. В. Рекламний менеджмент: теорія і практика: підручник. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2018. 300 с.
9. Іванова Л. О. Специфіка реклами на ринку туристичних послуг / Іванова Л. О. // Маркетинг та логістика в системі менеджменту : тези доп. ІХ Міжнар. наук.-практ. конф. - Львів, 2012. - С. 164-165. URL: <https://repository.ldufk.edu.ua/handle/34606048/12697?mode=full>
10. Кудла Н.Є. Маркетинг туристичних послуг: навч. посіб. Київ : Знання, 2014. 351 с.
11. Мальська М.П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія та практика: підручник. 2-ге вид. перероб. та доп.. Київ : ЦУЛ, 2016. 368 с.
12. Мельниченко С.В., Магалецький А.В. Маркетингова політика в готельному бізнесі: монографія. Київ : КНТЕУ, 2011. 344 с.

13. Мельниченко С.В., Н.І. Ведмідь. Інформаційні технології у туристичній індустрії : підручник. Київ, 2016. 280 с.
14. Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2015. 344 с.
15. Організація туризму: підручник / І.М. Писаревський, С.О.Погасій, М.М. Поколодна та ін.; За ред І.М. Писаревського. Харків : ХНАМГ, 2014. 541 с.
16. Путенцейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва. Київ : ЦНЛ, 2012. 344 с.
17. Савицька Н.Л., Синицина Г.А., Олініченко К.С. Рекламний менеджмент : навч. посіб. Харків : Іванченко, 2015. 169 с.
18. Швачко В.А., Леміш К.М., Бавіна Г.І. Механізм рекламного менеджменту на підприємствах туристичної сфери. *Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку»*. 2020. №49. С. 77-82. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/49_2020_ukr/17.pdf

Інтернет-ресурси

19. Аналітичний медіа портал про рекламний ринок, маркетинг, рекламу і PR. URL: <https://sostav.ua/>
20. Закон України «Про авторське право і суміжні права» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12#Text>
21. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80#Text>
22. Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3689-12#Text>
23. Закон України «Про рекламу». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>
24. Інтернет-портал ProPR. URL: <http://propr.com.ua/ru/newspr/ukraine>
25. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації World Tourism Organization. URL: <https://www.unwto.org/>
26. Офіційний сайт Всеукраїнської рекламної коаліції. URL: <http://vrk.org.ua/ad-market/>
27. Офіційний сайт Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського: URL: <http://www.nbuv.gov.ua>
28. Перший український онлайн-журнал для професіоналів туристичного бізнесу /URL: <http://turprofi.com.ua/>
29. CreativityUA – медіа про креативні індустрії України та світу. URL: <https://creativity.ua/>
30. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text>