



МАУП

МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ
Навчально-науковий інститут управління, економіки та бізнесу
Кафедра організації туристичної діяльності

Затверджую:

Директор ННУЕБ

Семенець-Орлова І.А.

"30" серпня

2024 р.

№1

Схвалено на засіданні кафедри організації
туристичної діяльності

Протокол № 1 від «29» серпня 2024 р.

Завідувач кафедри

Кривоберець М.М.

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ В ТУРИЗМІ

спеціальності: 242 Туризм і рекреація
(шифр і назва спеціальності)

освітнього рівня перший (бакалаврський)
(назва освітнього рівня, ОКР)

освітньої програми: Туризм
(шифр і назва освітньої програми)

Розробник (-и) силябусу навчальної дисципліни:

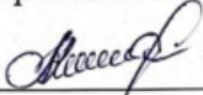
Крахмальова Т.А., PhD в галузі «Соціальні та поведінкові науки» за спеціальністю «Економіка», доцент кафедри організації туристичної діяльності

Викладач:

Крахмальова Т.А., PhD в галузі «Соціальні та поведінкові науки» за спеціальністю «Економіка», доцент кафедри організації туристичної діяльності


Силябус розглянуто і затверджено на засіданні кафедри організації туристичної діяльності (Протокол №1 від 29 серпня 2024 року.)

Схвалено Вченою радою Навчально-наукового інституту управління, економіки та бізнесу (Протокол № 6 від 03 вересня 2024 р.)

Завідувач кафедри  М.М. Кривоберець
(підпис)


Силябус погоджено з гарантом освітньої програми (керівником освітньої програми «Туризм»)
(назва освітньої програми)

29.08.2024 р.

Керівник освітньої програми  М.І. Башинська
(підпис)

Силябус перевірено

28.08.2024 р.

Заступник директора  І.І. Каліна
(підпис)

Пролонговано:

на 20__/20__ н.р. _____ (підпис), «__» 20__ р., протокол № __
(ПІБ)

на 20__/20__ н.р. _____ (підпис), «__» 20__ р., протокол № __
(ПІБ)

на 20__/20__ н.р. _____ (підпис), «__» 20__ р., протокол № __
(ПІБ)

на 20__/20__ н.р. _____ (підпис), «__» 20__ р., протокол № __

Назва дисципліни	Рекламна діяльність в туризмі
Викладач (-і)	Крахмальова Тетяна Андріївна
Портфоліо викладача (-ів)	https://maup.com.ua/ua/pro-akademiyu/instituti/institut-ekonomiki/kafedra-organizacii-turistichnoi-diyalnosti1/krahmalova.html
Контактний тел.	+38(095)-581-87-70
E-mail:	tetiana12tatiana@gmail.com
Сторінка дисципліни на сайті	https://maup.com.ua/ua/pro-akademiyu/instituti/institut-ekonomiki/kafedra-organizacii-turistichnoi-diyalnosti1/silabusi10.html
Консультації	четвер, 2 години, 10.00-11.20, ауд.44

1. Коротка анотація до дисципліни. Цей курс передбачає вивчення рекламної діяльності у галузі туризму. Відбувається формування фахової компетентності, спрямованої на використання різних інструментів просування туристичного продукту і бренду туристичного підприємства. Зміст навчальної дисципліни розкрито у змістових модулях, опанування яких спрямовано на розвиток критичного мислення, аналізу, синтезу.

2. Мета: ознайомити студентів першого (бакалаврського) рівня з особливостями рекламної діяльності на різних видах туристичних підприємств..

3. Завдання: навчитися використовувати різні інструменти для просування туристичного продукту та бренду туристичного підприємства, уміти презентувати аналітичний матеріалматеріал;

Формат курсу: очний (offline)

4. Програмні результати навчання (інтегральні, фахові компетентності):

Табл.1

Компетентність	Ступінь сформованості компетентності	Оцінювання
Здатність до збереження навколишнього середовища	Частково, в аспекті виконання завдань, передбачених специфікою навчальної дисципліни.	Поточне (семінар-круглий стіл), рубіжне (оцінювання індивідуальних завдань-кейсів у формі презентації)
Здатність аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал території.	Повністю. Співвідноситься з метою курсу	Підсумкове (залік у формі оцінювання проекту рекламного плану туристичного підприємства і усного виступу-презентації)
Здатність до організації туристичних подорожей і	Частково. Разом з іншими освітніми компонентами	Рубіжне (оцінювання

комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного)	освітньої програми	індивідуальних завдань-кейсів у формі презентації), підсумкове (у формі оцінювання проекту рекламного плану туристичного підприємства і усного виступу-презентації)
Здатність пояснювати особливості організації рекреаційно-туристичного простору	Частково. Разом з іншими освітніми компонентами освітньої програми	Поточне (семінар з індивідуальною роботою), рубіжне (семінар у формі дебатів)
Здатність організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.	Частково. Разом з іншими освітніми компонентами освітньої програми	Поточне (семінар-круглий стіл), рубіжне (оцінювання індивідуальних завдань-кейсів у формі презентації)

5. Тривалість курсу. 120 годин (4 кредити ЄКТС), з них: 50 години аудиторної роботи; 70 годин – самостійної роботи, залік – 2 години (проводиться на останньому семінарському занятті).

6. Статус дисципліни: *вибіркова*

7. Пререквізити: Курс «Рекламна діяльність в туризмі» безпосередньо пов'язаний з дисциплінами: «Менеджмент в туризмі», «Маркетинг в туризмі», «Основи туризмознавства», «Вступ до спеціальності».

8. Технічне й програмне забезпечення /обладнання–програми та сервіси для перевірки оригінальності текстів (Plagiat, Antiplagiat, Unichek). Ознайомитися із наявними в Академії програмами і сервісами можна: корп. №24: *Ігнатченко Анатолій Андрійович*

9. Політика курсу:

- Передбачає роботу в команді.
- Клімат в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної самоіронії.
- Виконання завдань у встановлений термін.
- Відпрацювання пропущених занять можливе під час самостійної підготовки та консультацій викладача.
- Дотримання академічної доброчесності.
- Презентації та доповіді мають бути авторськими і оригінальними.

10. Зміст дисципліни: Курс складається з двох змістових модулів, які охоплюють лекційні та семінарські заняття:

- Змістовий модуль 1 «Рекламна діяльність як галузь знань» (лекційні теми 1, 2, 3, 4, 5, 6, семінарські теми 2, 3, 4);

- Змістовий модуль 2 «Інструменти реклами»; (лекційні теми 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7,8, 9 , 10, 11, 12 семінарські теми 1, 2, 3, 4);

11.Форми і методи навчання.

Основними видами навчальних аудиторних занять є **лекції, семінарські заняття, консультації**.

При викладанні **лекційного матеріалу** передбачено поєднання таких форм і методів навчання, як лекції-бесіди, лекції-візуалізації.

Лекція-бесіда забезпечує безпосередній контакт викладача з аудиторією і дозволяє повернути Вашу увагу до найбільш важливих питань теми лекції, визначити у процесі діалогу особливості сприйняття навчального матеріалу. Ви маєте можливість обмірковувати поставлені запитання, робити самооцінку рівня своєї підготовки, навчитися самостійно формулювати висновки і узагальнення.

Лекція-візуалізація включає візуальну форму подачі лекційного матеріалу технічними засобами навчання. Читання такої лекції зводиться до розгорнутого або короткого коментування викладачем візуальних матеріалів, що переглядаються.

Лекція-аналіз конкретної ситуації нагадує лекцію-дискусію: на обговорення викладач виносить не питання, а конкретну ситуацію (т. зв. мікроситуації, які демонструються аудиторії усно або у вигляді відео-запису тощо). Викладач активізує діалог за допомогою спеціально спрямованих запитань, підказок, зіставленням різних поглядів, а іноді й їх зіткненням.

Семінарські/практичні заняття присвячуються виконанню кейсів, розгляду конкретних ситуацій, роботі в командах (малих групах) з презентацією результатів (у тому числі із застосуванням рольових ігор з демонстрацією набутих навичок).

Ви працюєте з інформацією вдома, зокрема з використанням мережі Інтернет (*див. рекомендовану літературу*), під час занять виконуєте усні та письмові завдання, виступаєте з доповідями і презентаціями, підготовленими як групою так і індивідуально, моделюєте поведінку у конкретних професійних ситуаціях. Програмою курсу передбачено такі проекти:

- виступ за темою індивідуального завдання-кейса у формі презентації (*критерії оцінювання див.: Робоча навчальна програма дисципліни, п.п. 7.3.*).

- виступ-інформування за темами семінарських занять;
- семінар з індивідуальною та груповою роботою;
- семінар у формі дебатів.

Самостійна позааудиторна робота полягає у виконанні **індивідуального завдання** і має на меті формування і розвиток науково-дослідницької компетентності студента як майбутнього фахівця. Виконані науково-дослідницькі завдання демонструються студентами з використанням мультимедійних презентацій під час семінарського заняття.

12. Оцінювання знань здійснюється відповідно до «Положення про оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти у ПрАТ «ВНЗ «МАУП» (<https://drive.google.com/file/d/1ENRncPY-dU2qLke7awVKn1OdfG88Hg8D/view>).

Система оцінювання навчальних досягнень

Вид діяльності студента	Максимальна к-сть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	6	6	12	12
Відвідування семінарських занять	1	3	3	4	4
Відвідування практичних занять	-	-	-	-	-
Робота на семінарському занятті	10	3	30	4	40
Робота на практичному занятті	-	-	-	-	-

Лабораторна робота (в тому числі допуск, виконання, захист)	-	-	-	-	-
Виконання завдань для самостійної роботи	5	2	10	2	10
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
Виконання ІНДЗ	30	-	-	-	-
Разом	-		74	-	91
Максимальна кількість балів:					195
195 : 100 = 1,95. Студент набрав X балів. Розрахунок: X : 1,95 = загальна кількість балів.					-

13. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання.

Під час вивчення курсу виконуються 3 самостійні роботи (завдання до самостійної роботи див.: Робоча навчальна програма дисципліни). **Критерії оцінювання:**

- змістовність – 3 бали
- відповідність темі та вимогам оформлення – 2 бали.

Максимальна кількість балів за самостійну роботу – **5 балів.**

14. Форми проведення поточного, рубіжного (модульного) контролю та критерії оцінювання.

Поточний контроль відбувається впродовж вивчення дисципліни на семінарських заняттях у формі: семінарів-круглих столів та семінарів з індивідуальною роботою. Під час поточного контролю оцінюються такі компоненти:

- повнота відповіді – 3 бали;
- аналіз різних точок зору, джерел літератури, підходів до вивчення проблеми (питання) – 5 балів;
- вільне володіння інформацією, відповіді на додаткові запитання – 2 бали.

Максимальна кількість балів -10 балів.

Рубіжний(модульний) контроль відбувається в кінці вивчення блоків змістових модулів і здійснюється у вигляді виконання індивідуальних завдань-кейсів у формі презентації за тематикою самостійного вивчення матеріалу відповідного змістового модуля (5 хв. зі слайдами). Під час рубіжного (модульного) контролю оцінюються такі компоненти:

- слайди до презентації – 5 балів
- повнота розкриття теми, висвітлення сучасної проблематики, аналіз різних концепцій, підходів, ідей – 10 балів
- якість оформлення бібліографічних даних, науковий стиль – 5 балів
- самостійність та креативність – 5 балів

Максимальна кількість балів - 25 балів.

15. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання:

Залік. Студенти готують проект рекламного плану туристичного підприємства та усну мультимедійну презентацію. (Методологічні рекомендації до проведення й оцінювання заліку див. Робоча навчальна програма дисципліни).

16. Орієнтовний перелік питань для семестрового комплексного контролю. (див.: Робоча навчальна програма дисципліни, п.п. 7.5).

17. Шкала відповідності оцінок

Сума балів за всі	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
-------------------	-------------	-------------------------------

види навчальної діяльності		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
75-81	C		
68-74	D	задовільно	
60-67	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

18. Рекомендовані джерела (література):

Основна

1. Tourism destinations under pressure. Challenges and innovative solutions / F. Weber, J. Stettler, J. Priskin, B. Rosenberg-Taufer et al. – Lucerne : Lucerne University of Applied Sciences and Arts Institute of Tourism, 2017. – 214 p.
2. Hudson S. Marketing for Tourism, Hospitality & Events : A Global & Digital Approach / S. Hudson, L. Hudson. – London : SAGE, 2017. – 382 p.

Додаткова

3. UNWTO China – The New Number One Tourism Source Market in the World, press release, April 4, 2013. Available at: <http://media.unwto.org/en/press-release/2013-04-04/china-new-number-one-tourism-source-market-world>
4. UNWTO Historical Perspective of World Tourism. Available at: <http://www.unwto.org/facts/menu.html>
5. UNWTO Facts and figures: Information. International Tourist Arrivals and Tourism Receipts by country. Available at: <http://www.unwto.org/facts/menu.html>
6. Marketing for Tourism and Hospitality Collaboration, Technology and Experiences / [A. Fyall](#), [P. Legohérel](#), [I. Frochot](#), [Y. Wang](#). – London; New York: Routledge, 2019. – 620 p.

Електронні ресурси :

7. <http://www.unwto.org/facts/menu.html>
8. <http://media.unwto.org/en/press-release/2013-04-04/china-new-number-one-tourism-source-market-world>
9. http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/industry-and-services/oecd-tourism-trends-and-policies-2014_tour-2014-en#page332
10. <http://www.tandfonline.com/toc/rsus20/current#.UwcYyc60mho>
11. <http://www.journals.elsevier.com/annals-of-tourism-research/>
12. <http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1002/%28ISSN%291522-1970>
13. <http://jht.sagepub.com/>
14. <http://www.ippublishing.com/te.htm>
15. <http://www.tandfonline.com/toc/rfst20/current#.Uwcgdc60mho>
16. <http://www.tandfonline.com/toc/rcit20/c>
17. <http://www.tandfonline.com/toc/reco20/current#.UwcuTM60mho>
18. <http://tou.sagepub.com/>
19. www.tandfonline.com/toc/whrh20/current#.Uwr8B860mho
20. <http://www.tandfonline.com/toc/wttt20/current#.Uwr9Oc60mh>

Інформаційні ресурси:

21. Державний реєстр нерухомих пам'яток України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : ukrainaincognita.com/rozdily/pamyatky/geestruamyatok.
22. Музейний простір України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrmuseum.org.ua>
23. Офіційний сайт Всесвітньої туристської організації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www2.unwto.org/>
24. Офіційний сайт Всеукраїнського проекту «Сім чудес України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.7chudes.in.ua>
25. Офіційний сайт Державного Комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
26. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua>
27. Офіційний сайт Департаменту туризму і курортів МЕРТ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.facebook.com/tourism.gov.ua/>
28. Офіційний сайт світової спадщини ЮНЕСКО [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://whc.unesco.org>
29. Українська спадщина (Історико-культурна спадщина України. Портал Науково-дослідного інституту пам'ятко-охоронних досліджень) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.heritage.com.ua>
30. Українсько-польський туристський портал, Рада з туризму Карпатського регіону [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.tourism-carpathian.com.ua>

Приклад: V. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ

Разом: 120 год., з них 36 год. – лекції, 14 год. – семінарські заняття, самостійна робота – 70 год., модульний контроль – 4 год.

Кількість балів за семестр	195 балів																	
Модулі	Змістовий модуль I						Змістовий модуль II											
Назва модуля	«Рекламна діяльність як галузь наукового пізнання»						«Інструменти реклами»											
Лекції	1-16	2-16	3-16	4-16	5-16	6-16	1-16	2-16	3-16	4-16	5-16	6-16	7-16	8-16	9-16	10-16	11-16	12-16
Теми лекцій	Історія рекламної діяльності в туризмі	Рекламний бізнес в туризмі	Закон одавча база	Фінансове забезпечення	Міжнародний досвід	Досвід України	Планування в рекламі	Сарафанне радіо	Публічні заходи	Фркус групи	Лідери думок	Листівки, проспекти, бігборди	Соцмережі: фейсбук	Соцмережі: інстаграм	Телеграм канал	Ютуб канали	Контексна реклама	Сайт підприємства
Семінарські і практичні			3(10 б)	4(10 б)	5(10 б)		1-10б	2-10б	3-10б									
Теми семінарських занять			Закон одавча база	Фінансове забезпечення	Міжнародний досвід		Планування в рекламі	Сарафанне радіо	Публічні заходи									
Лабораторна робота																		
Самостійна робота	2 (10 балів)						2 (10 балів)											
Поточний контроль	модульна контрольна робота №1 (25 балів)						модульна контрольна робота №2 (25 балів)											

Підсумковий контроль	Розрахунковий коефіцієнт: 1,95
----------------------	--------------------------------

