

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
(повне найменування закладу вищої освіти)
Географічний факультет
(назва інституту/факультету)
Кафедра географії та менеджменту туризму
(назва кафедри)

“ЗАТВЕРДЖУЮ”
Декан географічного факультету
Мирослав ЗАЯЧУК
«30» серпня 2023 року



РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни

РЕКЛАМА В ТУРИЗМІ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ СЕРВІСІ

(вказіть назву навчальної дисципліни (іноземною, якщо дисципліна викладається іноземною мовою))

вибіркова

(вказати: обов'язкова/вибіркова)

Освітньо-професійна програма Міжнародний туризм, Готельно-ресторанний сервіс та
туроперейтинг
(назва програми)

Спеціальність 242 "Туризм"
(вказати: код, назва)

Галузь знань 24 "Сфера обслуговування"
(вказати: шифр, назва)

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)
(вказати: перший (бакалаврський)/другий (магістерський)/третій (освітньо-науковий))

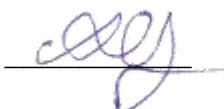
Факультет Географічний
(назва факультету/інституту, на якому здійснюється підготовка фахівців за вказаною освітньо-професійною програмою)


Мова навчання українська
(вказати: якими мовами читається дисципліна)

Чернівці 2023 рік

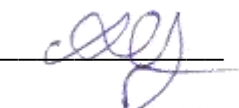
Робоча програма навчальної дисципліни **Реклама в туризмі та готельно-ресторанному сервісі** складена відповідно до вимог її змісту (Ліцензійні умови провадження освітньої діяльності 2015 р.) та відповідає освітній програмі «Міжнародний туризм», уведеній наказом по університету № 185 від 11.05. 2021 р., та освітній програмі «Готельно-ресторанний сервіс та туropolерейтинг», уведеній наказом по університету № 83 від 28.02. 2023 р. (спеціальність 242 «Туризм», галузь знань 24 «Сфера обслуговування»)

Розробник: доц. **Король Олександр Дмитрович**, завідувач кафедри географії та менеджменту туризму, д.геогр.н.

Погоджено
з гарантом ОП «Міжнародний туризм»  Олександр КОРОЛЬ

Погоджено
з гарантом ОП «Готельно-ресторанний сервіс та туropolерейтинг»  Галина КРУЛЬ

Затверджено на засіданні кафедри географії та менеджменту туризму
Протокол № 1 від “ 29 ” серпня 2023 року

Завідувач кафедри географії та менеджменту туризму  Олександр КОРОЛЬ

Схвалено навчально-методичною радою географічного факультету
Протокол № 1 від “ 29 ” серпня 2023 року

Голова навчально-методичної ради географічного факультету  Наталя АНДРУСЯК

1. Мета навчальної дисципліни полягає у формуванні у студентів комплексу теоретичних знань і практичних навичок у сфері просування туристичних послуг, підприємств сфери гостинності та DESTИНАЦІЙ засобом реклами.

Пререквізити. Ефективність засвоєння курсу підвищує попереднє вивчення таких навчальних дисциплін: «Маркетинг туризму та готельно-ресторанного сервісу».

2. Результати навчання. У результаті вивчення навчальної дисципліни студент має поглибити такі **компетентності**:

СК1. Знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності;

СК2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;

СК7. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту;

СК10. Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал;

СК13. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації.

Програмні результати навчання:

ПРН7. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт

ПРН9. Організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання Стандартів якості і норм безпеки

ПРН12. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг

Студенти також мають:

Знати:

- маркетингові заходи у сфері просування туристичного продукту та готельно-ресторанного сервісу;
- основні принципи розробки рекламних звернень у туризмі та сфері гостинності;
- засоби поширення рекламних звернень;
- питання взаємозв'язку маркетингової і рекламної стратегій фірми;
- питання організації рекламної кампанії.

Уміти:

- розробляти маркетингові заходи із комунікаційної політики в туризмі та сфері гостинності;
- складати ефективне рекламне звернення;
- підбирати засоби реклами згідно з рекламним бюджетом;
- розробляти і планувати рекламні кампанії.

3. Опис навчальної дисципліни

3.1. Загальна інформація

Назва навчальної дисципліни												
<i>Реклама в туризмі та готельно-ресторанному сервісі</i>												
Форма навчання	Рік підготовки	Семестр	Кількість			Кількість годин						Вид підсумкового контролю
			кредитів	годин	змістових модулів	лекції	практичні	семінарські	лабораторні	самостійна робота	індивідуальні завдання	
Денна	4	8	5,0	150	2	30	30	-	-	90	-	залік
Заочна	4	8	5,0	150	2	8	8	-	-	134	-	залік

3.2. Структура змісту навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин													
	Денна форма							Заочна форма						
	усього	у тому числі					усього	у тому числі						
		л	п	сем	інд	с.р.		л	п	сем	інд	с.р.		
Модуль 1														
Тема 1. Вступ до реклами в туризмі та ГРС	10	2	-			8	11	1	-					10
Тема 2. Рекламні дослідження та цілі в туризмі та ГРС	16	2	2			12	11	-	1					10
Тема 3. Імідж туристичного підприємства	20	4	4			12	18	-	2					16
Тема 4. Розробка рекламних заходів, графіків і бюджету	14	4	4			6	19	2	1					16
Модуль контроль	6	2				4	11	1						10
Всього Модуль 1	66	14	10			42	70	4	4					62
Модуль 2														
Тема 5. Розробка рекламних звернень	18	4	4			10	17	-	1					16
Тема 6. Види реклами в туризмі та ГРС	31	5	8			18	27	2	1					24
Тема 7. Інтернет реклама в туризмі та ГРС	29	5	8			16	25	1	2					22
Тема 8. Реклама на виставках і ярмарках	6	2	-			4	11	1	-					10
Всього Модуль 2	84	16	20			48	80	4	4					72
Всього годин	150	30	30			90	150	8	8					134

3.3. Практичні завдання

Теми практичних занять	годин	балів
Практична робота 1. Брендинг Розробити бренд і скорочений брендбук туристичного продукту, підприємства або дестинації.	4	5
Практична робота 2. Презентація рекламної компанії Створити презентацію з таким змістом: - Обґрунтування ринку та цільового сегменту - Брендинг і фірмовий стиль - Підбір каналів і засобів просування: інтернет-реклама, друкована, телевізійна реклама та ін. - Рекламний бюджет і графіки рекламної компанії на сезон.	6	4
Практична робота 3. Інтернет реклама Зібрати текстовий, фото- та відеоматеріал для контенту сайту. На основі заготовки, розробити свій сайт туристичного продукту, підприємства або дестинації та розмістити його в інтернеті.	8	15
Практична робота 4. Реклама в соціальних мережах Створити сторінку в соціальних мережах (на вибір) та наповнити її контентом із обов'язковим розміщенням рекламного посту із посиланням на сайт. Визначити характеристики цільової аудиторії для таргетингу	2	5
Практична робота 5. Друкована реклама На основі контенту та фірмового стилю сайту, розробити рекламний проспект туристичного продукту, підприємства або дестинації, а також рекламний буклет з контентом, як на сторінці в соціальних мережах	4	8
Практична робота 6. Телевізійна реклама На основі існуючого рекламного ролика туристичного продукту, підприємства або дестинації, розробити бриф і розкладування цього ролика та проаналізувати його. Задумати та зняти свій рекламний ролик туристичного продукту, підприємства або дестинації за формулою AIDA	6	8
ВСЬОГО	30	45

3.4. Теми для самостійної роботи*

Назва теми	Кількість годин
Тема 1. Вступ до реклами в туризмі та ГРС	8
Тема 2. Рекламні дослідження та цілі в туризмі та ГРС	12
Тема 3. Імідж туристичного підприємства	12
Тема 4. Розробка рекламних заходів, графіків і бюджету	8
Тема 5. Розробка рекламних звернень	10
Тема 6. Види реклами в туризмі та ГРС	18
Тема 7. Інтернет реклама в туризмі та ГРС	16
Тема 8. Реклама на виставках і ярмарках	6
Всього	

*Оцінка самостійної роботи входить до тематичного і підсумкового контролю.

4. Методи навчання

Під час викладання даної навчальної дисципліни використовуються такі методи навчання:

- лекція, аналіз, пояснення, проблемна ситуація, консультація;
- дослідна робота та метод проекту;
- презентації, відеоматеріали;
- електронне та інтерактивне онлайн-навчання (Moodle, Google Meet);
- самостійна робота за програмою навчальної дисципліни.

5. Критерії оцінювання результатів навчання з навчальної дисципліни

Критерієм успішного проходження здобувачем освіти підсумкового оцінювання може бути досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом навчання навчальної дисципліни, які варто визначати за допомогою числової (відсоткової) шкали оцінювання знань і трансформувати в оцінку використовуваної рейтингової шкали у кількості балів, що виділяються для кожного запланованого результату навчання навчальної дисципліни.

Критерії оцінювання за основними видами робіт – [завантажити >>>](#)

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90-100	A	відмінно	зараховано
80-89	B	добре	
70-79	C		
60-69	D	задовільно	
50-59	E		
35-49	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

6. Засоби оцінювання

Засобами оцінювання та демонстрування результатів є:

- стандартизовані тести;
- контрольні роботи;
- усне опитування;

- захист і презентація результатів виконаних практичних завдань (наскрізні проекти; індивідуальні та командні проекти; дослідницько-творчі та ін.);
- доповідь із презентацією з теоретичних питань.

7. Форми поточного і підсумкового контролю та оцінювання

Форми поточного контролю:

- усна (відповідь студента по теорії щодо виконання практичних завдань);
- захист і презентації результатів виконаних практичних завдань;
- письмова (тестування);

Форма підсумкового контролю: залік (тестування).

Поточний контроль здійснюється під час практичних занять і має на меті перевірку знань здобувачів вищої освіти з окремих тем шляхом виконання конкретних завдань (наскрізні індивідуальні проекти; презентації та тематичні тестування). Кількість передбачених балів за різні види робіт також зазначені у силабусі та в системі дистанційного навчання Moodle, куди студенти можуть завантажувати роботи, і де здійснюється тестовий контроль. Результати оголошуються під час занять та/або виставляються в Moodle. Самостійна робота враховується при складанні поточних і підсумкових тестів та під час захистів практичних робіт.

Тестові завдання розроблені до кожного змістового модуля. Підсумкові тести (залік) покликані перевірити рівень засвоєння теоретичного матеріалу, здатності осмислити і відтворити зміст даної частини дисципліни.

Визнання результатів здобутих шляхом неформальної освіти:

Відповідно до «Положення про взаємодію формальної та неформальної освіти, визнання результатів навчання (здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти, в системі формальної освіти) у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича (протокол №4 від 28.2022 року)» (<https://www.chnu.edu.ua/media/3aykf41y/polozhennia-pro-vzaiemodiiu-formalnoi-ta-neformalnoi-osvity.pdf>) допускається зарахування навчальних елементів, а також отримання додаткових балів за результатами **неформальної освіти**:

- робота чи стажування за фахом, що підтверджується документом із підприємства та забезпечує набуття компетентностей, передбачених навчальною дисципліною;
- проходження безкоштовних навчальних тренінгів (вебінарів, семінарів), що проводяться на платформі Prometheus (<https://prometheus.org.ua>) та інших фахових платформах, за умови отримання безкоштовного сертифікату.

Результати зараховуються лише для відповідних тем лекційних і семінарських занять, практичних і лабораторних завдань даної навчальної дисципліни у кількості балів, що виділяються на цей навчальний елемент.

Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне тестування та практична робота			Підсумковий тест (теор.)	Сума
Модуль №1		Модуль №2		
Теоретичний	Практичний	Практичний		
15	15	30	40	100

8. Література

Основна література

1. Король О.Д. Основи туристського маркетингу. Чернівці: Рута, 2021. 140 с.
2. Полінкевич О. М. Маркетинг туризму та готельно-ресторанної справи: навч. посібник. Луцьк : ЛНТУ, 2022. 288 с.
3. Попова Н. В. Основи реклами : навчальний посібник. Харків : Видавництво «ВДЕЛЕ», 2016. 145 с.