



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В ТУРИЗМІ»

Компонента освітньої програми – обов'язкова (4 кредити)

Освітньо-професійна програма	Міжнародний туризм та туроперейтинг
Спеціальність	242 Туризм і рекреація
Галузь знань	24 Сфера обслуговування
Рівень вищої освіти	другий (магістерський)
Мова навчання	українська
Профайл викладача (-ів)	доц. Король Олександр Дмитрович, завідувач кафедри географії та менеджменту туризму, доктор географічних наук, доцент https://geotour.chnu.edu.ua/pro-kafedru/spivrobitnyky/korol-oleksandr-dmytrovych/
Контактний тел.	+380505367955
Е-mail:	o.korol@chnu.edu.ua
Сторінка курсу в Moodle	https://moodle.chnu.edu.ua/enrol/index.php?id=3219
Консультації	за графіком консультацій викладачів на сайті: https://geotour.chnu.edu.ua/studentu/navchalnyi-protses/rozklad-zaniat-i-sesii/

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета навчальної дисципліни передбачає ознайомлення з теорією комунікаційних процесів у туристичному бізнесі, а також формування прикладних знань, щодо налагодження Маркетингових комунікацій як засобів просування туристичних дестинацій, підприємств, їхніх послуг і продуктів.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

МОДУЛЬ 1.	
Тема 1	Сутність маркетингових комунікацій у туризмі. Етапи ефективного комунікаційного процесу
Тема 2	Торговельний персонал і канали особистого просування CRM-маркетинг. Канал розголосу
Тема 3	Зв'язки із громадськістю (PR) в туризмі
Тема 4	Брендинг і реклама в туризмі
МОДУЛЬ 2.	
Тема 5	Інтернет реклама
Тема 6	Бренд-менеджмент туристичної дестинації
Тема 7	Маркетинг туристичних дестинацій
Тема 8	Карт-система формування та просування турпродукту

ФОРМИ, МЕТОДИ ТА ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ 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.

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Методами 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.

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).

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

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 >>>](#)

ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Поточний та підсумковий контроль передбачає дотримання правил академічної доброчесності відповідно до «Етичного кодексу Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича» (<https://www.chnu.edu.ua/media/xel1lulcg/etychnyi-kodeks-chernivetsko-ho-natsionalnoho-universytetu.pdf>) та «Правил академічної доброчесності у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича» (<https://www.chnu.edu.ua/media/fdud03f4/pravyla-akademichnoi-dobrochesnosti.pdf>).
Порушенням академічної доброчесності з боку здобувача вищої освіти вважається списування. Згідно з частиною 6 статті 42 Закону України «Про освіту»: «За

порушення академічної доброчесності здобувачі освіти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності:

- ✓ повторне проходження оцінювання (контрольна робота, іспит, залік тощо);
- ✓ повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми;
- ✓ відрахування із закладу освіти.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

Основна література

1. [Король О.Д. Основи туристського маркетингу. – Чернівці: Рута, 2021. – 140 с.](#)
2. [Кудла Н.Є. Маркетинг туристичних послуг. – Київ: Знання, 2011. – 351 с.](#)
3. [Полінкевич О. М. Маркетинг туризму та готельно-ресторанної справи: навч. посібник. – Луцьк : ЛНТУ, 2022. – 288 с.](#)
4. [Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями : підручник. – Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. – 322 с.](#)

*Детальна інформація щодо вивчення курсу
«Маркетингові комунікації в туризмі»*

висвітлена у робочій програмі навчальної дисципліни

https://geotour.chnu.edu.ua/media/ur5a50qg/ok7_market_komunikatsii_v_turyzmi.pdf