

Київський національний лінгвістичний університет

Кафедра психології, педагогіки і туризму

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Реклама та інтернет-технології в туризмі

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Спеціальність	242 Туризм
Освітня програма	Туристичне обслуговування
Форма здобуття освіти	денна
Статус дисципліни	вибіркова
Мова викладання	українська
Семестр	VI
Обсяг дисципліни	кредити – 3 загальний обсяг годин – 90 аудиторна робота – 30 год., у т. ч.: <ul style="list-style-type: none">- лекції – 14 год.,- семінарські заняття – 16 год.,- самостійна робота – 60 год.
Форма контролю	залік
Пререквізити	загальні знання з суспільних наук та інформаційних технологій. Здобувачі вищої освіти повинні знати основні підходи до впровадження інформаційних технологій, вміти оперувати понятійно-категоріальним апаратом, виділяти релевантну інформацію, робити висновки; володіти елементарними навичками роботи з літературними джерелами, пошуку, аналізу, систематизації та узагальнення інформації.
Постреквізити	знання, отримані у процесі вивчення дисципліни «Реклама та інтернет-технології в туризмі», можуть бути використані під час вивчення базових туризмознавчих дисциплін, зокрема таких, як: «Організація туристичних подорожей», «Організація екскурсійної діяльності», «Спеціалізований туризм», «Організація готельного господарства», «Організація ресторанного господарства», «Туроперейтинг» та ін.
Викладач	ЗІНЧЕНКО Віктор Анатолійович, кандидат історичних наук, доцент
Контактна інформація	e-mail: viktor.zinchenko@knu.edu.ua
Дні занять	згідно розкладу занять
Консультації	згідно графіку консультацій

ЗАГАЛЬНИЙ ОПИС ЗМІСТУ ДИСЦИПЛІНИ

Метою вивчення дисципліни «Реклама та інтернет-технології в туризмі» є формування системи знань про методи і засоби реклами, компонування змісту, форми і структури рекламного звернення, вибір засобу реклами для різних груп цільових аудиторій в туризмі, а також використання інтернет-технологій в туризмі.

Предметом вивчення вузівського курсу «Реклама та інтернет-технології в туризмі» є реклама у сфері індустрії туризму.

Завданням дисципліни є викласти теоретичні засади курсу «Реклама та інтернет-технології в туризмі», дослідити значення реклами як засобу конкурентної боротьби в реалізації маркетингової стратегії туристичного підприємства, охарактеризувати етапи створення рекламної продукції, показати роль реклами у сфері індустрії туризму.

ЦІЛІ НАВЧАННЯ

Засвоєння навчальної дисципліни «Реклама та інтернет-технології в туризмі» передбачає формування таких компетентностей: знати основні терміни, поняття курсу, знати сучасні канали поширення рекламної продукції, уміти створювати рекламну продукцію в туризмі, уміти застосовувати інноваційні технології, уміти використовувати в роботі сучасні інформаційні технології, соціальні мережі, формування навичок створення реклами, самовдосконалення й саморозвитку, персональної відповідальності.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач повинен знати понятійно-категоріальний апарат сфери туризму, сутність та основні функції туризму як багатогранного явища, головні умови та чинники його розвитку, значення в економіці країни, види туризму; класифікації та види туристсько-рекреаційних ресурсів, підходи до оцінки туристсько-рекреаційного потенціалу території; сутність та складові туристичної інфраструктури, індустрії туризму, ринку туристичних послуг; основи туроператорської діяльності; особливості міжнародної туристської політики та державного регулювання туризму в Україні. Уміти оперувати понятійно-категоріальним апаратом дисципліни; характеризувати основні види та форми туризму, давати оцінку туристсько-рекреаційних ресурсів, розкривати особливості організації туристичної діяльності; застосовувати набуті теоретичні знання для вирішення конкретних практичних завдань у туристичній сфері. Володіти елементарними навичками роботи з науковою літературою та матеріалами періодичних видань; аналізу електронних ресурсів, виділення релевантної інформації, її систематизації та узагальнення, формулювання висновків.

ПОЛІТИКА КУРСУ

Під час вивчення дисципліни «Реклама та інтернет-технології в туризмі» здобувачі вищої освіти мають відвідувати лекційні та семінарські заняття, вчасно виконувати всі види робіт, що передбачені робочою програмою навчальної дисципліни. Відпрацювання занять, пропущених через

поважні причини, відбувається під час консультацій. У разі здачі завдань (практичні роботи, індивідуальні завдання) після встановленого строку, кількість балів за їх виконання зменшується (з мах 5 б. ставиться лише 4).

Під час виконання завдань здобувачі повинні обов'язково дотримуватися принципів академічної доброчесності, а саме: самостійно виконувати всі види завдань та форми контролю; посилатися на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; надавати достовірну інформацію про використані методики досліджень і джерела інформації, результати власної навчальної діяльності.

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН

Тема 1. Вступ до курсу дисципліни «Реклама та інтернет-технології в туризмі». Загальні поняття курсу. Характеристика основних принципів використання реклами та інтернет-технологій.

Тема 2. Методика проведення рекламних досліджень. Основні підходи до методики проведення рекламних досліджень, їх практична значимість для діяльності туристичної фірми.

Тема 3. Засоби реклами в індустрії туризму. Динаміка змін в засобах реклами індустрії туризму. Сучасні засоби реклами.

Тема 4. Реклама національного туристичного продукту. Роль та місце держави в рекламі національного туристичного продукту. Участь в даній рекламі суб'єктів підприємницької туристичної діяльності.

Тема 5. Правові аспекти рекламно-інформаційної діяльності в туризмі. Характеристика законодавчої бази про рекламу та інформаційну діяльність. Специфіка туристичного напрямку даного питання.

Тема 6. Інформаційні проекти в туризмі. Характеристика сучасних інформаційних проектів в туризмі. Світовий досвід. Вітчизняні надбання.

Тема 7. Імідж туристичного підприємства як засіб реклами. Поняття про імідж. Туристичний імідж, як головний фактор у роботі з клієнтами.

ВИДИ ЗАНЯТЬ, ФОРМИ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Передбачені лекційні та семінарські заняття, виконання самостійної роботи та її захист. Форма підсумкового контролю – залік.

Під час навчання використовуються пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, частково-пошуковий, дослідницький діалогово-комунікаційний методи та метод проблемного викладу матеріалу. Семінарські заняття передбачають усне опитування, виконання письмових практичних завдань, захист індивідуальних завдань (презентацій). Самостійна робота включає у себе вивчення теоретичних питань, що

стосуються тем лекційних занять за рекомендованою літературою, виконання індивідуальних завдань з метою закріплення теоретичного матеріалу. Однією з умов виконання індивідуальних завдань є дотримання принципів академічної доброчесності.

СИСТЕМА ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Система модульно-рейтингового контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти має таку структуру:

№ з/п	Форма підсумкового контролю	Види навчальної діяльності здобувача	Максимальна кількість балів
1.	Передбачений підсумковий контроль – залік	1. Аудиторна та самостійна робота	50
		2. Модульна контрольна робота (МКР)	20
		3. Залік	30
		Разом	100

Поточне оцінювання всіх видів навчальної діяльності здобувача (аудиторна робота та самостійна робота) здійснюється в національній 4-бальній шкалі – «відмінно» («5»), «добре» («4»), «задовільно» («3»). Невиконання завдань самостійної роботи, невідвідування семінарських та практичних занять позначаються «0».

Критерії оцінювання аудиторної роботи

№ п/п	Види навчальної діяльності	Оцінка	Критерії оцінки
1.	Відповідь на основні питання, передбачені темою семінару.	5	Правильна, ґрунтовна, повна відповідь, творче висвітлення проблем. Демонстрація самостійного знаходження відповіді на проблемні запитання, спираючись на лекційний матеріал та додаткову літературу; вміння аналізувати, робити власні висновки; здатність встановлювати міжтематичні та міжпредметні зв'язки.

		4	Відповідь правильна, але недостатньо повна, розгорнута та ґрунтовна. На проблемні запитання здобувач знаходить відповідь за допомогою викладача, спираючись переважно на лекційний матеріал без застосування додаткової літератури.
		3	Відповідь поверхнева з порушенням логіки, не аргументована. Здобувач, формулюючи відповідь на питання, репродуктивно відбиває зміст лекційного матеріалу, допускає помилки у визначенні понять та категорій, не здатний знайти відповідь на проблемні запитання, чи вирішити проблемні завдання.
		2	Відповідь неправильна. Здобувач демонструє нездатність розкрити питання семінару, допускає багато суттєвих помилок у визначенні понять та категорій.
2.	Доповнення, відповіді на проблемні питання, виконання практичних завдань тощо.	5	Максимально висока активність, що свідчить про всебічну обізнаність матеріалу, систематичну підготовку до занять на основі опрацювання лекційного матеріалу та додаткової літератури.
		4	Висока активність, що свідчить про обізнаність матеріалу. Доповнення підтверджують систематичну підготовку здобувача, але виявляють його репродуктивні, а не узагальнення, власні судження тощо.
		3	Середня активність, що свідчить про недостатню обізнаність матеріалу. Здобувач дає відповіді на запитання поверхнево, допускає помилки у визначенні понять та категорій.
		2	Низька активність, що свідчить про не володіння матеріалом.
3.	Експрес-контроль (робота на занятті протягом 10-15 хв.: поточна письмова контрольна робота	5	Повна відповідь за критеріями конкретного виду роботи.
		4	Недостатньо повна відповідь за критеріями конкретного виду роботи.

(тест), вибіркоче опитування, написання есе та ін.)	3	Поверхнева з порушенням логіки, не аргументована.
	2	Незадовільна відповідь за критеріями конкретного виду роботи.

Критерії оцінювання самостійної роботи

Робота виконана правильно, творчо і самостійно, демонструє належний рівень знань та сформованість практичних навичок; оформлена згідно вимог, які висуваються для даного типу завдань.	«відмінно»
Робота виконана самостійно, містить несуттєві помилки, демонструє належний рівень знань сформованість практичних навичок; оформлена згідно вимог, які висуваються для даного типу завдань.	«добре»
Робота виконана, але містить помилки, демонструє недостатній рівень знань та недостатню сформованість практичних навичок; оформлення роботи не в повній мірі відповідає вимогам, що висуваються для даного типу завдань.	«задовільно»
Виконана робота не відповідає вимогам, які вказані вище як критерії для виставлення позитивної оцінки.	«незадовільно»

У кінці вивчення навчального матеріалу напередодні заліково-екзаменаційної сесії викладач виставляє одну оцінку за аудиторну та самостійну роботу здобувача як середнє арифметичне значення усіх поточних оцінок за ці види робіт з округленням до десятої частки. Цю оцінку викладач трансформує в рейтинговий бал за роботу протягом семестру шляхом помноження на 10. Таким чином, **максимальний рейтинговий бал за роботу протягом семестру становить 50.**

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи

Види завдань	Кількість балів	Критерії оцінки
Тестові питання (маx 10 б.)	10	Всього 10 тестових завдань, кожна правильна відповідь – 1 бал.
Питання (завдання) алгоритмічного рівня (маx 4 б.)	4	відповідь повна, логічна, послідовна. Здобувач демонструє відмінне знання фактологічного матеріалу, досконало орієнтується у змісті питання;
	3	відповідь у цілому правильна, проте недостатньо повна та змістовна;
	1 – 2	відповідь неповна, поверхнева, із суттєвими помилками та неточностями;
	0	відповідь відсутня або повністю не

		відповідає змісту питання.
Питання (завдання) творчого рівня (має 6 б.)	6	відповідь вичерпна, змістовна, логічна та послідовна, містить самостійні судження та демонструє здатність творчого розв'язання поставлених завдань; здобувач вільно оперує поняттями та термінологією, аргументовано доводить власну точку зору;
	5	відповідь правильна, змістовна, послідовна, але містить недоліки та неточності у розв'язанні завдань; здобувач демонструє недостатнє обґрунтування власної точки зору;
	3 – 4	відповідь неповна, схематична, є неточності та помилки у викладенні матеріалу, рівень самостійності суджень недостатній;
	1 – 2	відповідь поверхнева, нелогічна, містить суттєві помилки та неточності, рівень самостійності суджень низький;
	0	відповідь відсутня або не відповідає змісту питання.
Разом	20 балів	

Семестровий рейтинговий бал є сумою рейтингового бала за роботу протягом семестру і рейтингового бала за модульну контрольну роботу.

Здобувачам, які мають семестровий рейтинговий бал з дисципліни 63 – 70, за рішенням кафедри може бути виставлена підсумкова оцінка за дисципліну за національною шкалою «відмінно», за шкалою ЄКТС – А. Підсумковий рейтинговий бал виставляється шляхом додавання до семестрового рейтингового бала здобувача 30 балів.

Залік відбувається в усній формі.

Максимальний заліковий бал становить **30**. Викладач оцінює відповідь здобувача на заліку за 4-бальною шкалою. Отримана оцінка трансформується в **заліковий рейтинговий бал** у такий спосіб:

- «відмінно» – 30 балів;
- «добре» – 23 бали;
- «задовільно» – 18 балів;
- «незадовільно» – 0 балів.

Критерії оцінювання відповіді здобувача на заліку

повна і правильна відповідь на всі питання екзаменаційного білета, здобувач демонструє знання фактологічного матеріалу, основних теоретичних питань курсу, вичерпно відповідає на додаткові запитання викладача, творчо застосовує теоретичний апарат дисципліни.	«відмінно»
---	------------

в цілому правильна відповідь на питання екзаменаційного білета, здобувач вміє робити аналіз і висновки, але на додаткові запитання викладача відповідає з деякими неточностями та недоліками.	«добре»
поверхнева відповідь на питання екзаменаційного білета, здобувач припускається помилок при висвітленні фактологічного матеріалу, частково знає відповідь на запропоновані питання і демонструє наявність окремих елементів самостійного мислення.	«задовільно»
відсутність будь-якої відповіді на теоретичні запитання внаслідок незнання програмного матеріалу.	«незадовільно»

Підсумкова оцінка за вивчення дисципліни виставляється за підсумковим рейтинговим балом (сума семестрового рейтингового бала та екзаменаційного бала) за таблицею:

Підсумковий рейтинговий бал	Оцінка за шкалою ЄКТС	Підсумкова оцінка за дисципліну за національною шкалою
90 – 100	A	відмінно
82 – 89	B	добре
75 – 81	C	
66 – 74	D	задовільно
60 – 65	E	
0 – 59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання

Якщо здобувач на заліку з дисципліни, з якої він мав семестровий рейтинговий бал **менше 42 балів**, отримує **позитивну** залікову оцінку («відмінно» («5»), «добре» («4»), «задовільно» («3»)), то йому виставляється підсумкова оцінка з дисципліни за національною шкалою **лише «задовільно»**, за шкалою ЄКТС – **E**, а в заліковій відомості в графі «Підсумковий рейтинговий бал» ставиться **60 балів**.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

Базова література

1. Вовчак І.С. Інформаційні системи та комп'ютерні технології в менеджменті. Навчальний посібник. Тернопіль: Карт бланш, 2001.
2. Гуляєв В. Г. Нові інформаційні технології в туризмі, Київ: Знання України, 1999. 144 с.

3. Карпенко С.Г., Іванов Є.О. Основи інформаційних систем і технологій: навч. посіб. Київ: МАУП, 2018. 264 с
4. Смирнов І.Г. Маркетинг у туризмі: Навчальний посібник. Київ: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2016. 251 с.
5. Холловой, Дж. К. Туристический маркетинг : пер. с 4-го англ. изд.: учебное пособие / Дж. К. Холловой; пер. с англ. А. А. Кожевниковой. Київ, Знання, 2008. 575 с.

Додаткова література

1. Іванова Р. PR для менеджерів і маркетологів : навч. посібник. К. : «Центр учбової літератури», 2017. 202 с.
2. Литвин І. Інформаційні процеси в управлінні. Тернопіль: Економічна думка, 2018. 107 с.
3. Новиков В.С. Инновации в туризме: учеб. пособие для студ. высш. учеб. Заведений. Москва: Академия, 2007. 208 с.
4. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії : навчальний посібник. Київ : Атіка, 2006. 264 с.

Інформаційні ресурси

1. Закон України про туризм [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324_95-%D0%B2%D1%80
2. Всесвітня туристична організація [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.worldtourism.org>
3. Справочник терминів інтернет-маркетинга [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.seopro.ru/guide/573.html>
4. Маслак О.І., Романенко С.С. Застосування маркетингових інструментів у сфері електронної комерції Режим доступу: [http://www.kdu.edu.ua/statti/2010-1-1\(60\)/PDF_1_2010_ch1/183.PDF](http://www.kdu.edu.ua/statti/2010-1-1(60)/PDF_1_2010_ch1/183.PDF)
5. Інтернет-спосіб пошуку бізнес інформації для підприємств. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.kompass.com>