

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет перекладознавства

Кафедра психології, педагогіки і туризму

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з навчально-виховної роботи
М.І. Соловей
«23» вересня 2021 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Реклама та інтернет-технології в туризмі

галузь знань	24 Сфера обслуговування
спеціальність	242 Туризм
освітній рівень	перший (бакалаврський)
освітня програма	Туристичне обслуговування
статус дисципліни	вибіркова

Форма здобуття освіти	денна
Навчальний рік	2021 – 2022
Семестр	VI
Кількість кредитів ЄКТС	3
Мова навчання	українська
Форма підсумкового контролю	залік

КИЇВ – 2021


Розробник:

Зінченко В. А., кандидат історичних наук, доцент кафедри психології, педагогіки і туризму

Схвалено на засіданні кафедри психології, педагогіки і туризму,
протокол № 15 від 22 червня 2021 року

Завідувач кафедри  О. В. Матвієнко

Схвалено на засіданні вченої ради факультету перекладознавства,
протокол № 12 від 23 червня 2021 року

Голова вченої ради факультету  Л. Я. Зеня

1. Мета вивчення дисципліни

Метою дисципліни є формування системи знань про методи і засоби реклами, komponування змісту, форми і структури рекламного звернення, вибір засобу реклами для різних груп цільових аудиторій в туризмі.

2. Загальний обсяг (відповідно до навчального плану) – 3 кредити ЄКТС; 90 год.

зокрема:

лекції – 14 год.

семінарські заняття – 16 год.

самостійна робота – 60 год.

3. Передумови до вивчення або вибору навчальної дисципліни:

Передумовами до вивчення дисципліни „Реклама та інтернет-технології в туризмі” є вивчення дисциплін „Маркетинг у туризмі”, „Економіка підприємства”.

Здобувачі вищої освіти повинні:

3.1. Знати понятійно-категоріальний апарат сфери туризму, основні принципи організації та створення рекламних оголошень, канали поширення рекламної продукції.

3.2. Вміти оперувати понятійно-категорійним апаратом, використовувати сучасні джерела комунікацій, електронні ресурси для тиражування інформації.

3.3. Володіти елементарними навичками пошуку, аналізу, систематизації та узагальнення інформації.

4. Анотація навчальної дисципліни

«Реклама та інформаційні технології в туризмі»:

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

Курс «Реклама та інтернет-технології в туризмі» для студентів спеціальності 242 Туризм складається з одного змістового модуля : **Роль реклами**

та інтернет-технологій в туризмі. У ньому висвітлюється інформація про рекламу як засіб конкурентної боротьби в реалізації маркетингової стратегії туристичного підприємства.

5. Завданням вивчення дисципліни «Реклама та інтернет-технології в туризмі» є формування таких загальних та фахових компетентностей:

Загальні компетентності:

ЗК06. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК07. Здатність працювати в міжнародному контексті.

ЗК08. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.

ЗК13. Здатність планувати та управляти часом.

ЗК15. Здатність зосереджуватися на результаті при виконанні завдань.

Фахові компетентності:

ФК17. Знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності.

ФК18. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ФК19. Здатність аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал територій.

ФК26. Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал.

ФК27. Здатність використовувати в роботі туристичних підприємств інформаційні технології та офісну техніку.

ФК28. Здатність визначати індивідуальні туристичні потреби, використовувати сучасні технології обслуговування туристів та вести претензійну роботу.

ФК34. Здатність до використання комплексу заходів, спрямованих на підвищення якості туристичного обслуговування.

6. Очікувані результати навчання з дисципліни:

Результат навчання (1. знати; 2. уміти; 3. комунікація; 4. автономність і відповідальність)		Форми (та / або методи і технології навчання)	Методи оцінювання та пороговий критерій оцінювання (за необхідності)
Код	Результат навчання		
1.1.	Знати основні терміни, поняття курсу	Лекції, семінари; пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, проблемного викладу.	Усне поточне опитування під час аудиторних занять, виконання практичного письмового завдання,

			письмова модульна контрольна робота.
1.2.	Знати сучасні канали поширення рекламної продукції	Лекції, семінари; пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, проблемного викладу.	Усне поточне опитування під час аудиторних занять, письмова модульна контрольна робота.
2.1.	Уміти створювати рекламну продукцію в туризмі	Семінари. Діалогово-комунікаційний, проблемно-пошуковий.	Усне поточне опитування під час аудиторних занять, письмова модульна контрольна робота.
2.2.	Уміти застосовувати інноваційні технології	Семінари. Імітаційні активні методи (аналіз конкретних ситуацій).	Усне поточне опитування під час аудиторних занять, участь у дискусії, письмова модульна контрольна робота.
3.1.	Використовувати в роботі сучасні інформаційні технології, соціальні мережі	Лекції, семінари. Діалогово-комунікаційний, частково-пошуковий.	Участь у дискусії, виконання практичних завдань.
4.1.	Формування навичок створення реклами, самовдосконалення й саморозвитку, персональної відповідальності	Лекції, семінари. Діалогово-комунікаційний, частково-пошуковий.	Участь у дискусії, виконання практичних завдань.

7. Співвідношення очікуваних результатів навчання з дисципліни із програмними результатами навчання

Результати навчання з дисципліни (код)	1.1	1.2	2.1	2.2	3.1	4.1
Програмні результати навчання (назва)						
ПРН01. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів.		+	+		+	+
ПРН02. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії туризму, організації туристичного процесу та туристичної діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг, а також світоглядних та суміжних наук.	+		+	+		+
ПРН03. Знати і розуміти основні форми і види туризму, їх поділ.		+		+		
ПРН06. Застосовувати у практичній діяльності принципи і методи організації та технології обслуговування туристів.		+	+	+		+
ПРН07. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт.	+			+	+	
ПРН08. Ідентифікувати туристичну документацію та вміти правильно нею користуватися.	+	+		+	+	+
ПРН11. Володіти державною та іноземною (ними) мовою (мовами), на рівні, достатньому для здійснення професійної діяльності.	+	+	+	+	+	
ПРН12. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг.	+	+	+	+	+	+
ПРН13. Встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей.	+	+	+	+	+	+
ПРН15. Проявляти толерантність до альтернативних принципів та методів виконання професійних завдань.			+			+
<i>ПРН23. Зосереджуватися на результатах при виконанні завдань та вміти їх презентувати.</i>	+	+	+	+	+	+
<i>ПРН26. Розробляти та застосовувати заходи, спрямовані на підвищення якості туристичного обслуговування.</i>	+		+		+	+

8. Система оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти

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

№ з/п	Форма підсумкового контролю	Види навчальної діяльності здобувача вищої освіти	Максимальна кількість балів
1.	Передбачений підсумковий контроль – залік	1. Аудиторна та самостійна навчальна робота здобувача вищої освіти	50
		2. Модульна контрольна робота (МКР)	50

Поточне оцінювання всіх видів навчальної діяльності кожного здобувача вищої освіти (аудиторна, обов'язкова позааудиторна самостійна робота (*створення навчального кейсу, доповідь у формі мультимедійної презентації, творче завдання у формі есе*), здійснюється за десятибальною шкалою (від 0 до 10 балів). У кінці вивчення навчального матеріалу кожного організаційного модуля викладач виставляє **окремо** бали за: 1) аудиторну роботу, 2) виконання однієї обов'язкової позааудиторної самостійної роботи з обраної здобувачем теми – як середнє значення усіх поточних оцінок з кожного виду роботи здобувача вищої освіти з округленням до цілого числа. Ці оцінки помножуються на **2** ($10 \times 2 = 20$). Таким чином, сума балів (**максимум $20+20=40$**) за зазначені види роботи накопичується в рейтинговому “кошику” здобувача вищої освіти. У кінці вивчення навчального матеріалу модуля викладач виводить також середнє значення всіх поточних оцінок за виконання студентом додаткових завдань (*доповідь у формі мультимедійної презентації, творче завдання у формі есе*) (**максимум 10 балів**). Визначений середній бал за виконання додаткових завдань додається до попередньо зароблених балів. Сума балів за названі види роботи (**максимум $20+20+10=50$**) є рейтинговим балом здобувача вищої освіти за роботу протягом семестру.

Невиконання завдань самостійної роботи, невідвідування семінарських та практичних занять позначаються “0” балів.

Критерії оцінювання роботи здобувача вищої освіти на семінарському занятті

Максимальна кількість балів, яку здобувач вищої освіти може заробити за різні види роботи під час одного семінарського заняття становить 10 балів.

№ з/п	Види роботи студента на семінарському занятті	Кількість балів	Критерії оцінки
1.	Відповідь на семінарі з основних питань обговорення теми	9-10	Правильна, ґрунтовна, повна відповідь, творче висвітлення проблем
		7-8	Правильна, але недостатньо повна, розгорнута та ґрунтовна
		4-6	Відповідь з порушенням логіки, не аргументована
		2-3	Відповідь з суттєвими помилками
		1	Відповідь що не відповідає змісту питання
		0	Неготовність здобувача вищої освіти до семінару, або відсутність здобувача вищої освіти на семінарі без поважної причини
2.	Активна участь у роботі семінару (доповнення, участь у обговоренні ключових питань теми)	8-9-10	Максимально висока активність, що свідчить про всебічну обізнаність з матеріалом
		5-6-7	Висока активність, що свідчить про фрагментарну обізнаність з матеріалом
		3-4	Середня активність, що свідчить про необізнаність з матеріалом
		1-2	Низька активність, що свідчить про не володіння матеріалом
		0	Неготовність здобувача вищої освіти до семінару, або відсутність здобувача вищої освіти на семінарі без поважної причини

Критерії оцінювання позааудиторної самостійної роботи

дотримані всі вимоги до написання позааудиторної самостійної роботи: позначені проблема й обґрунтована її актуальність, зроблений аналіз різних точок зору на проблему й логічно викладена власна позиція, сформульовані висновки, тема розкрита повністю, витриманий обсяг, дотримані вимоги до	8-9-10 балів
--	-----------------

зовнішнього оформлення, дані правильні відповіді на додаткові питання.	
дотримані основні вимоги до написання позааудиторної самостійної роботи, тема розкрита достатньо повно, витриманий обсяг, дотримані вимоги до зовнішнього оформлення. Водночас допущені деякі недоліки: не обґрунтовано актуальність теми, сформульовані висновки не чіткі, наявні певні неточності у викладенні матеріалу.	6-7 балів
значне недотримання вимог до написання позааудиторної самостійної роботи. Зокрема: тема розкрита лише частково, допущені фактичні помилки в змісті позааудиторної самостійної роботи, відсутній висновок, не витриманий обсяг самостійної роботи; є недоліки в оформленні.	3-4-5 балів
тема позааудиторної самостійної роботи не розкрита, виявляється істотне нерозуміння проблеми, не витриманий обсяг самостійної роботи; самостійна робота оформлена не правильно.	1-2 балів
Невиконання здобувачем вищої освіти позааудиторної самостійної роботи	0 балів

Модульна контрольна робота

Модульна контрольна робота є складником семестрового рейтингу. Наприкінці семестру всі здобувачі вищої освіти виконують модульні контрольні роботи з усіх дисциплін.

До кожного варіанта модульної контрольної роботи входить по три питання, що відповідають репродуктивному (рівень А), алгоритмічному (рівень В) й творчому (рівень С) рівням складності.

Зразок модульної контрольної роботи

Варіант № 5

1. Роль інформаційних систем та технологій в управлінні сучасними організаціями (Рівень А).

Максимальна кількість балів – 10.

2. Формування рекламного повідомлення (Рівень В).

Максимальна кількість балів – 15.

3. Проаналізуйте вплив сучасних інформаційних і телекомунікаційних мереж на розвиток туристичного бізнесу в Україні (Рівень С).

Максимальна кількість балів – 25.

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи:

Питання репродуктивного рівня (рівень А). Максимальна кількість балів – 10.

9-10 балів – виставляються за бездоганну відповідь.

6-7-8 балів – виставляються за повну відповідь, але в ній допущені деякі неточності, що не мають істотного значення.

4-5 балів – виставляються за неповну відповідь, в якій багато неточностей.

1-2-3 бали – виставляються за схематичну відповідь, в якій багато фактологічних помилок.

0 балів – виставляються за відсутності відповіді, або за відповідь, що не відповідає змісту завдання.

Питання алгоритмічного рівня (рівень В). Максимальна кількість балів – 15.

13-14-15 балів – виставляються за умови досконалого орієнтування у змісті понять, що висвітлюються, безпомилкового знання фактологічного матеріалу.

10-11-12 балів – виставляються за умови в цілому правильного висвітлення питання.

7-8-9 балів – виставляються за умови загального орієнтування в змісті проблеми.

3-4-5-6 балів – виставляються за умови неповного, поверхового розкриття змісту проблеми.

1-2 бали – виставляються за умови загального орієнтування в змісті проблеми з суттєвими помилками її розкриття.

0 балів – виставляються за відсутності відповіді, або за відповідь, що не відповідає змісту завдання.

Питання творчого рівня (рівень С). Максимальна кількість балів – 25.

22-23-24-25 балів – виставляються за вичерпну, змістовну, логічну та послідовну за викладом відповідь, що містить самостійні судження та демонструє здатність творчого розв'язання поставлених завдань.

18-19-20-21 балів – виставляються за вичерпну, змістовну, логічну та послідовну за викладом відповідь.

14-15-16-17 балів – виставляються за умови, що відповідь правильна, змістовна, послідовна, але містить незначні недоліки у викладі теоретичного підґрунтя.

10-11-12-13 балів – виставляються за умови, що відповідь правильна, але містить незначні недоліки, рівень самостійності в судженнях недостатній.

6-7-8-9 балів – виставляються за умови, що відповідь неповна, схематична; рівень самостійності в судженнях недостатній.

3-4-5 балів – виставляються за умови, якщо у відповіді є неточності та помилки у розкритті проблеми; рівень самостійності в судженнях недостатній.

1-2 бали – виставляються за умови, відсутності вичерпної відповіді на питання; наявності значної кількості неточностей і фактологічних помилок, що свідчить про поверховість знань студента.

0 балів – виставляються за відсутності відповіді, або за відповідь, що не відповідає змісту завдань.

Модульна контрольна робота виконується протягом двох академічних годин (1 година 20 хвилин)). Максимальний рейтинг здобувача вищої освіти за виконання модульної контрольної роботи становить 50 балів.

Підсумковий контроль

Залік

Умови допуску до семестрового заліку. При розв’язанні питання про допуск здобувачів вищої освіти до заліку з дисципліни «Реклама та інтернет-технології в туризмі» враховується виконання ними вимог навчального плану і графіка навчального процесу. Здобувачі вищої освіти мають відпрацювати всі пропущені аудиторні заняття з дисципліни «Реклама та інтернет-технології в туризмі». Здобувач вважається **допущеним до семестрового заліку**, якщо він **виконав усі види робіт**, що передбачені робочою програмою дисципліни.

Оцінка в національній шкалі (“зараховано”, “не зараховано”) та оцінка в шкалі ЄКТС виставляються на підставі семестрового рейтингового бала здобувача вищої освіти за дисципліну таким чином:

90 – 100 балів	–	A	} зараховано
82 – 89 балів	–	B	
75 – 81 бал	–	C	
66 – 74 бали	–	D	
60 – 65 балів	–	E	
59 балів і нижче	–	FX – не зараховано.	

Здобувачі вищої освіти, які мають семестровий рейтинговий бал з дисципліни **60 і вище**, отримують оцінку “зараховано” і відповідну оцінку в шкалі ЄКТС без складання заліку.

Здобувачі вищої освіти, які мають семестровий рейтинговий бал з дисципліни **59 і нижче**, складають залік і в разі успішного складання їм виставляється оцінка “зараховано” в національній шкалі, а в шкалі ЄКТС – **E** та бал **60**. Якщо здобувач під час заліку отримав оцінку “не зараховано”, то йому у відомість обліку успішності виставляється оцінка “не зараховано” в національній шкалі, оцінка **FX** – у шкалі ЄКТС та його семестровий рейтинговий бал за дисципліну.

**9. Навчально-тематичний план дисципліни
«Реклама та інтернет-технології в туризмі»**

№ з/П	№ і назва теми (включно із темами, що винесені на самостійне опрацювання)	Кількість годин			
		Денна форма здобуття освіти			
		Разом	зокрема		
лекції	семінарські заняття		самостійна робота		
Модуль 1					
Змістовий модуль 1. Роль реклами та інтернет-технологій в туризмі.					
1.	Тема 1. Вступ до курсу дисципліни «Реклама та інтернет-технології в туризмі».	12	2	2	8
2.	Тема 2. Методика проведення рекламних досліджень.	14	2	2	10
3.	Тема 3. Засоби реклами в індустрії туризму.	14	2	2	8
4.	Тема 4. Реклама національного туристичного продукту.	14	2	2	8
5.	Тема 5. Правові аспекти рекламно-інформаційної діяльності в туризмі.	12	2	2	8
6.	Тема 6. Інформаційні проекти в туризмі.	12	2	2	8
7.	Тема 7. Імідж туристичного підприємства як засіб реклами.	16	2	4	10
	Разом годин за модулем 1	90	14	16	60
	Усього годин	90	14	16	60

10. Рекомендована література

Базова:

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:

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

11. 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 термінів 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>

12. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання якого передбачає навчальна дисципліна

Мультимедійне обладнання; програми Microsoft Word, Microsoft Power Point, додатки платформи для дистанційного навчання Microsoft Office 365.