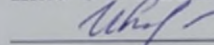


**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ**

**Факультет соціальних комунікацій і музейно-туристичної діяльності
Кафедра туристичного бізнесу**

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор з навчальної роботи
Інна СТАЩЕВСЬКА



27 серпня 2020 р.

ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМІ (АНГЛ. М.)

Робоча програма навчальної дисципліни
Освітньо-професійна програма Туризмознавство

Спеціальність 242 «Туризм»

Галузь знань 24 Сфера обслуговування

перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

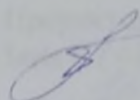
Харків, 2020

Робоча програма дисципліни «Інтернет-маркетинг в туризмі»
за спеціальністю 242 туризм. 25 серпня 2020 року. 14 с.
Мова навчання — англійська

Розробник: Ростовцев Сергій Сергійович, ст. викладач кафедри туристичного
бізнесу, кандидат наук із соціальних комунікацій

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри туристичного бізнесу
Протокол № 2 від 25 серпня 2020 року

Завідувач кафедри туристичного бізнесу
доктор культурології, доцент

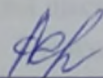


(підпис)

Любов БОЖКО

Робочу програму затверджено на Раді факультету соціальних комунікацій і
музейно-туристичної діяльності
Протокол від « 25» серпня 2020 року № 1

Голова Ради факультету,
доктор педагогічних наук, професор



(підпис)

Алла СОЛЯНИК

Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 4,0	Галузь знань 24 Сфера обслуговування	Вибіркова	
Загальна кількість годин – 120	Спеціальність (освітня програма) 242 «Туризм»	Рік підготовки:	
		4-й	-
		Семестр	
		7-й	-
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 год. самостійної роботи студента – 4,7 год.	Ступінь: бакалавр	Лекції	
		20 год.	-
		Практичні, семінарські	
		20 год.	-
		Лабораторні	
		-	-
		Самостійна робота	
		80 год.	-
Індивідуальні завдання:			
-			
Вид контролю: екзамен 7 сем.			

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання — 1/2

для заочної форми навчання — «-»

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета – формування аналітичних та управлінських компетенцій, надання студентам цілісної системи знань про інтернет-маркетингову діяльність на туристичних підприємствах.

Предмет – система інтернет-маркетингу на підприємстві туристичної діяльності.

Основними завданнями вивчення курсу "Інтернет-маркетинг в туризмі" є:

- Формування знань про систему інтернет-маркетингу у туризмі;
- Створення практичних навичок і вмінь щодо застосування інтернет-маркетингу;
- Оволодіння методикою побудови системи інтернет-маркетингу на підприємствах туристичної діяльності;
- Отримання навичок щодо використання інструментів інтернет-маркетингу.

У відповідності до Освітньої програми «Туризмознавство» навчальна дисципліна «Інтернет-маркетинг в туризмі» формує наступні компетентності та програмні результати навчання:

а) компетентності:

Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати професійні проблеми та практичні завдання у сфері туризму як в процесі навчання, так і в процесі роботи.
Загальні компетентності	<p>ЗК1. Розуміння та власне осмислення основних світоглядних концепцій і принципів у навчанні і професійній діяльності</p> <p>ЗК2. Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу</p> <p>ЗК3. Екологічність мислення та соціальна відповідальність</p> <p>ЗК4. Здатність шукати, обробляти та аналізувати інформацію з різних джерел</p> <p>ЗК5. Здатність зосереджуватись на якості та результаті при виконанні завдань</p> <p>ЗК6. Навички використання інформаційних та комунікативних технологій</p> <p>ЗК7. Здатність визначати, формулювати і вирішувати проблеми</p> <p>ЗК8. Здатність спілкуватися рідною та іноземною (ними) мовою (мовами)</p>

	<p>ЗК9. Навички міжособистісної взаємодії</p> <p>ЗК10. Уміння працювати автономно та в команді</p> <p>ЗК11. Здатність планувати та управляти власним часом</p> <p>ЗК12. Уміння дотримуватись норм здорового способу життя та впроваджувати їх у особистій та професійній діяльності</p>
Професійні (фахові) компетентності	<p>ФК1. Знання і розуміння предметної області своєї професії</p> <p>ФК2. Уміння застосовувати фахові знання на практиці</p> <p>ФК4. Здатність орієнтуватись в організації туристично-рекреаційного простору</p> <p>ФК5. Розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів</p> <p>ФК7. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту</p> <p>ФК10. Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал</p> <p>ФК11. Здатність використовувати в роботі туристичних підприємств інформаційні технології та офісну техніку</p> <p>ФК12. Здатність визначати індивідуальні туристичні потреби, використовувати сучасні технології обслуговування туристів та вести претензійну роботу</p> <p>ФК13. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації</p> <p>ФК14. Здатність працювати у полікультурному середовищі</p> <p>ФК15. Здатність діяти у правовому полі, керуватися нормами законодавства</p> <p>ФК16. Уміння працювати з документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом туристичного бізнесу</p>

б) програмні результати навчання:

Когнітивна (пізнавальна сфера)	<p>РН1) називати та відтворювати основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів;</p> <p>РН4) пояснювати особливості організації рекреаційно-</p>
--------------------------------	---

	<p>туристичного простору; РН5) аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал території; РН6) виявляти і пояснювати принципи і методи організації та технології обслуговування туристів; РН7) розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт; РН9) організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки. РН10) розуміння принципів і процесів щодо організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна)</p>
Афективна (емоційна) сфера	<p>РН11) демонструвати навички володіння державною та іноземними (ною) мовами (мовою); РН12) застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг; РН13) встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей; РН14) проявляти повагу до індивідуального і культурного різноманіття; РН15) проявляти професійну толерантність до етичних принципів.</p>
Психомоторна сфера	<p>РН16) управляти своїм навчанням з метою самореалізації в професійній туристичній сфері; РН17) адекватно оцінювати свої знання і застосовувати їх в різних професійних ситуаціях; РН18) відстоювати свої погляди в розв'язанні професійних завдань; РН19) виявляти проблемні ситуації; РН20) приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності; РН21) демонструвати виконання професійних завдань у стандартних та невизначених ситуаціях.</p>

2. Програма навчальної дисципліни

Розділ 1. УПРАВЛІННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГОМ У ТУРИЗМІ

Тема 1. Вступ до інтернет-маркетингу.

Сутність інтернет-маркетингу. Витоки інтернет-маркетингу. Онлайн субститути традиційних маркетингових прийомів. Глобальні тенденції інтернет-маркетингу. Роль інтернет-маркетингу в туристичному бізнесі.

Тема 2. Формування стратегії інтернет-маркетингу.

Місія, бачення та цінності компанії. Продукти та послуги компанії. Аналіз ринку та існуючих конкурентів. Створення системи показників ефективності та налаштування веб-аналітики. Формування портрету цільової аудиторії. Вибір типу контенту. Інструменти просування контенту. Контроль та оптимізація маркетингових процесів.

Тема 3. Конкурентний аналіз та оцінка можливостей.

Джерела та обсяг трафіку конкурентів. Видимість конкурентів у пошукових системах. Контент-стратегія конкурентів. Контент-стратегія для соціальних мереж.

Тема 4. Побудова портрету цільової аудиторії.

Етапи визначення цільової аудиторії. Критерії сегментування ЦА. Формування портрету ЦА.

Тема 5. Web-аналітика. Оцінка маркетингових результатів.

Роль веб-аналітики в інтернет-маркетингу. Визначення основних показників ефективності (KPI). Вимірювання конверсії. Інструменти веб-аналітики для оптимізації веб-сайту. Чеклист для веб-аналітики.

Тема 6. Розробка контент-стратегії для туристичного бізнесу.

Планування контент-стратегії. Види контенту: текстовий контент, відео-контент, івент-контент. Спеціаліст, відповідальний за контент-стратегію.

Тема 7. Пошукова оптимізація. Пошуковий трафіку.

Особливості SEO. Внутрішня оптимізація веб-сайту. Зовнішня оптимізація сайту. SEO-чеклист.

Тема 8. Контекстна реклама.

Особливості контекстної реклами. Мета контекстної реклами. Принципи роботи контекстної реклами. PPC-чеклист.

Тема 9. Маркетинг соціальних мереж.

Мета маркетингу соціальних мереж. Потенційні проблеми SMM. Аналіз соціальних мереж. Структура контенту. Інструменти просування для соціальних мереж. Управління репутацією та робота з негативами. SMM-чеклист.

Тема 10. Email- маркетинг.

Створення та розвиток клієнтської бази. Автоматична розсилка. Види регулярних розсилок і підходи до їх сегментації. Email-маркетинг чеклист.

Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усьог о	у тому числі				
		л	п	с	інд	с.р.		л	п	с	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Розділ 1. УПРАВЛІННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГОМ У ТУРИЗМІ												
Тема 1. Вступ до інтернет-маркетингу	12	2	-	2	-	8	-	-	-	-	-	-
Тема 2. Формування стратегії інтернет-маркетингу	12	2	-	2	-	8	-	-	-	-	-	-
Тема 3. Конкурентний аналіз та оцінка можливостей	12	2	-	2	-	8	-	-	-	-	-	-
Тема 4. Побудова портрету ЦА	12	2	-	2	-	8	-	-	-	-	-	-
Тема 5. Web-аналітика. Оцінка маркетингових результатів	12	2	-	2	-	8	-	-	-	-	-	-
Тема 6. Розробка контент-стратегії для туристичного бізнесу	12	2	-	2	-	8	-	-	-	-	-	-
Тема 7. Пошукова оптимізація. Пошуковий трафік	12	3	-	2	-	8	-	-	-	-	-	-

Тема 8. Контекстна реклама	12	2	-	2	-	8	-	-	-	-	-	-
Тема 9. Маркетинг соціальних мереж	12	2	-	2	-	8	-	-	-	-	-	-
Тема 10. Email-маркетинг	12	2	-	2	-	8	-	-	-	-	-	-
Усього годин	120	20	-	20	-	80	-	-	-	-	-	-
ІНДЗ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Усього годин	120	20	-	20	-	80	-	-	-	-	-	-

Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Вступ до інтернет-маркетингу	2
2	Комплексний інтернет-маркетинг	2
3	Конкурентний аналіз в інтернеті	2
4	Веб-аналітика	2
5	Портрет цільової аудиторії. Формування аватару.	2
6	Контент-стратегія для туристичного бізнесу	2
7	Пошукова оптимізація	2
8	Контекстна реклама	2
9	Маркетинг соціальних мереж	2
10	Email-маркетинг	2
	Разом	20

Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Історія становлення інтернет-маркетингу	8
2	Розробка стратегії інтернет-маркетингу	8
3	Проведення конкурентного аналізу	8
4	Робота із веб-аналітикою	8
5	Побудова портрету клієнта	8

6	Створення контенту	8
7	SEO	8
8	Контекстна реклама	8
9	Маркетинг соціальних мереж	8
10	Email-маркетинг	8
	Разом	80

3. Форми поточного та підсумкового контролю;

Методи навчання

Пояснювально-ілюстративний метод. Метод проблемного викладу. Дослідницький метод. Дискусійні методи.

Форми контролю

Поточне оцінювання, реферат, відповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль.

Розподіл балів, які отримують студенти

Розділ 1					Поточне оцінювання	Розділ 2					Поточне оцінювання	Екзамен	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	7	T6	T7	T8	T9	T10	7	10-40	100
7	7	7	7	7		7	7	7	7	7			

Розподіл балів за формами контролю:

- відвідування заняття (пара) — 1 б.; 20 пар — до 20 балів
- відповідь під час семінару — 2-5 б.; 10 семінарів — до 40 балів
- підготовка та виступ з рефератом — 3 б. не більше 5 рефератів – до 15 балів
- поточне оцінювання — 7 б.; 2 поточних оцінювання — до 15 балів

Можлива кількість балів, набраних до підсумкової форми контролю:

Іспит — від 60 до 90 балів

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
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	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

Методичне забезпечення

Пакет навчально-методичного забезпечення: опорні конспекти лекцій, комплекс навчально-методичного забезпечення дисципліни, презентації.

Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

ПК із доступом до мережі інтернет, обліковий запис Google.

4. Рекомендовані джерела інформації

Основна література

1. Афонченкова Т. М. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посібник /Т. М. Афонченкова [та ін.] ; під заг. ред. О. Є. Лугініна. — Київ : Ліра-К, 2013. — 363 с.
2. Воронюк А. Актуальний інтернет-маркетинг / А. Воронюк, О. Поліщук. — Київ : «Агентство ІРІО», 2018. — 160 с.
3. Городня Т. А. Економіка туризму: теорія і практика : навч. посібник

/ Т. А. Городня, А. Ф. Щербак. — Київ : Кондор, 2012. — 435 с.

4. Гуцол А. Інноваційні технології в туризмі [Електронний ресурс] : навч. посіб. / А Гуцол. — Северодонецьк : Поліграф-Сервіс, 2015. — 344 с.

5. Дурович А. П. Реклама в туризмі : учеб. пособие / А. П. Дурович. — Минск : БГЭУ, 2001. — 192 с.

6. Зінченко А. І. Маркетинг підприємств зеленого туризму : автореф. дис. канд. екон. наук : спец. 08.00.04 "Економіка та упр. підприємствами (за видами екон. діяльності)" /А. І. Зінченко; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Київ. нац. торгов.-екон. ун-т. — Київ, 2012. — 21 с.

7. Скопень М. М. Комп'ютерні інформаційні технології в туризмі : Навч. посібник / М. М. Скопень. — Київ : Кондор, 2005. — 301 с.

Допоміжна

8. Зайцева М. М. Основні тенденції індустрії та перспективи розвитку туризму в Україні / М. М. Зайцева, О. М. Пархоменко // Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку : матеріали міжнар. наук. конф. (26-27 листоп. 2015 р.) / М-во культури України, Харків. держ. акад. культури, Нац. акад. мистецтв України, Ін-т культурології ; [редкол.: В. М. Шейко та ін. ; відп. за вип. Н. М. Кушнарєнко]. — Харків, 2015. — С. 75-77.

9. Кушнарєв В. В. Культурний туризм і маркетингові комунікації / В. В. Кушнарєв // Вісн. Держ. акад. кер. кадрів культури і мистец. — 2012. — № 2. — С. 52-56.

Інформаційні ресурси

1. Бібліотека Харківської державної академії культури
2. Харківська державна наукова бібліотека імені В. Г. Короленка
3. Інтернет-ресурси :

1. Конкурентний аналіз в інтернет-маркетингу [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://blog.completo.ru/konkurentnyiy-analiz-v-internet-marketinge/>. — Назва з екрана.

2. Конкурентний аналіз в інтернет-рекламі: практичне керівництво [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://yagla.ru/blog/marketing/konkurentnyu-analiz-v-internetreklame/>. — Назва з екрана.

3. Контекстна реклама [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://seoprofy.ua/services/prc>. — Назва з екрана.

4. Контент-маркетинг [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://netpeak.net/ru/blog/content_marketing/. — Назва з екрана.

5. Портрет клієнта [Електронний ресурс]. — Режим доступу:

<https://azinkevich.com/portret-klienta/>. – Назва з екрана.

6. Принципи розробки стратегії контент-маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://webpromoeexperts.com.ua/blog/chto-takoe-kontent-marketing-principy-razrabotki-strategii/>. – Назва з екрана.

7. Стратегія інтернет-маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://habr.com/post/323484/>. – Назва з екрана.

8. Стратегія інтернет-маркетингу: Досвід 320 компаній [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://netology.ru/blog/369-strategiya-internet-marketinga-opyt-320-kompaniy/>. – Назва з екрана.

9. Що таке SEO? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://seoprofy.ua/blog/wiki/chto-takoe-seo/>. – Назва з екрана.

10. Як стати фахівцем з контекстної реклами [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://netpeak.net/ru/blog/kak-stat-spetsialistom-po-kontekstnoi-reklame/>. – Назва з екрана.

11. Як створити ефективну стратегію просування в контекстній рекламі. Гайд для новачків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://webpromoeexperts.com.ua/blog/kak-sozdat-effektivnuyu-strategiyu-prodvizheniya-v-kontekstnoj-reklame-gajd-dlya-novichkov/>. – Назва з екрана.

12. Як створити сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.hostinger.ru/rukovodstva/kak-sozdat-sait/>. – Назва з екрана.

13. 7 кроків конкурентного аналізу сайтів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://netology.ru/blog/7-shagov-konkurentnogo-analiza/>. – Назва з екрана.

14. Beginner's Guide to Content Marketing [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://moz.com/beginners-guide-to-content-marketing/>. – Назва з екрана.

15. Forming Digital Marketing Plan for a Start-up Brand [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/128113/muhonen_tania.pdf?sequence=1. – Назва з екрана.

16. Google analytics [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://analytics.google.com/>. – Назва з екрана.

17. Paid Search Marketing (PPC) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://moz.com/blog/category/paid-search-marketing/>. – Назва з екрана.

18. SEO [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://webpromoeexperts.com.ua/blog/?category_id%5B%5D=9. – Назва з екрана.

19. SEO-просування сайту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://netpeak.ua/services/seo/>. – Назва з екрана.

20. SEO-стратегія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://webpromoeexperts.com.ua/blog/seo-strategiya-razbiraem-po-polochkam/>. – Назва з екрана.

21. Tag Manager [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.google.com/intl/ru/tagmanager/>. – Назва з екрана.

22. The Ultimate Guide to Content Planning [Електронний ресурс]. –

Режим доступу: <https://moz.com/blog/the-ultimate-guide-to-content-planning>. – Назва з екрана.

23. Web-аналітика [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://webpromoeexperts.com.ua/blog/?category_id%5B%5D=11. – Назва з екрана.

24. WordPress [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://wordpress.com/>. – Назва з екрана.