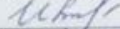


МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ  
ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ І МУЗЕЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ  
ДІЯЛЬНОСТІ  
КАФЕДРА ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

“ЗАТВЕРДЖУЮ”  
Проректор з навчальної роботи  
Інна СТАЩЕВСЬКА

  
24 серпня 2020 р.

**РЕКЛАМА В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ**

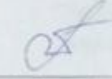
**Робоча програма навчальної дисципліни**  
Освітньо-професійна програма Туризмознавство  
Спеціальність 242 «Туризм»  
Галузь знань 24 Сфера обслуговування  
**Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти**

Харків 2020

Робоча програма «Реклама в туристичному бізнесі»  
за спеціальністю 242 Туризм «25» серпня, 2020 р.  
Мова навчання українська

Розробники: Михайло Фомін кандидат історичних наук, доцент кафедри туристичного бізнесу  
Робоча програма затверджена на засіданні кафедри туристичного бізнесу

Протокол від «25» серпня 2020 року № 2  
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

Харківська державна академія культури, 2020  
©Фомін, 2020 рік

## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»	Нормативна	
Модулів – 1	Спеціальність – 242 «Туризм»	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 1		4-й	-й
Індивідуальне навчально-дослідне завдання		Семестр	
Загальна кількість годин - 90		7-й	-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 самостійної роботи студента - 60	Освітньо-кваліфікаційний рівень: <i>бакалавр</i>	Лекції	
		10 год.	год.
		Практичні, семінарські	
		20 год.	год.
		Лабораторні	
		год.	год.
		Самостійна робота	
60 год.	год.		
		Індивідуальні завдання: год.	
		Вид контролю: Іспит	

### Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:  
для денної форми навчання – 33% до 67%

## **2. Анотація дисципліни**

### **2.1. Місце дисципліни в програмі навчання**

Програма вивчення вибіркової навчальної дисципліни «Реклама в туристичній бізнесі» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів напряму 242 «Туризм». Вибірковий курс є одним з важливих елементів підготовки фахівців в галузі туризму. Викладання дисципліни спрямовано на підвищення знань у студентів в галузі туризму. Повне освоєння матеріалу з дисципліни дозволить студенту стати конкурентоспроможним фахівцем на ринку праці.

### **2.2. Пререквізити та постреквізити дисципліни**

Пререквізити: базові знання з дисциплін Основи туризмознавства, Маркетинг у туризмі, Менеджмент у туризмі, Організація соціальних комунікацій у туризмі, Соціокультурні аспекти бізнес-комунікацій.

Постреквізити: Туроперейтинг, Економіка туристичного підприємства, Спеціалізований туризм, Основи проєктної діяльності в туризмі.

### **2.3. Мета вивчення дисципліни**

Метою викладання навчальної дисципліни «Реклама в туристичній індустрії» є формування у студентів професійного погляду на рекламну діяльність, умінь та навичок використання рекламних технологій та засобів створення рекламної продукції в туризмі.

### **2.4. Завдання вивчення дисципліни**

Основними завданнями вивчення дисципліни «Реклама в туристичній індустрії» є:

- систематизувати уявлення студентів про специфіку цього виду діяльності;
- аналіз ефективних засобів створення рекламної продукції;
- дослідити специфіку основних каналів розповсюдження рекламної інформації;
- вивчити специфіку соціально-психологічних основ реклами;
- ознайомитись з правовими та етичними аспектами регулювання рекламної діяльності.

### **2.5. Найменування та опис компетентностей, формування котрих забезпечує вивчення дисципліни.**

Інтегральна компетентність. Здатність комплексно розв'язувати складні професійні проблеми та практичні завдання у сфері туризму як в процесі навчання, так і в процесі роботи, що передбачає застосування теорій та методів системи наук, які формують туризмознавство, і характеризуються комплексністю та невизначеністю умов

Загальні компетентності. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо; здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу; прагнення до збереження навколишнього середовища; здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел; здатність працювати в міжнародному контексті; навички використання інформаційних та комунікаційних технологій; вміння виявляти, ставити і вирішувати проблеми; здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово; здатність спілкуватися іноземною мовою; навички міжособистісної взаємодії; здатність планувати та управляти часом; здатність працювати в команді та автономно.

Спеціальні (фахові) компетентності. Знання і розуміння предметної області своєї професії та специфіки професійної діяльності; вміння застосовувати фахові знання на практиці; здатність аналізувати туристичний потенціал територій; здатність орієнтуватись в організації туристично-рекреаційного простору, аналізувати діяльність

суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління; розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів; розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного); здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту; здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал; здатність використовувати в роботі туристичних підприємств інформаційні технології та офісну техніку; здатність визначати індивідуальні туристичні потреби, використовувати сучасні технології обслуговування туристів та вести претензійну роботу; здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації; здатність працювати у міжнародному середовищі на основі позитивного ставлення до несхожості до інших культур, поваги до різноманітності та мультикультурності, розуміння місцевих і професійних традицій інших країн, розпізнавання міжкультурних проблем у професійній практиці; здатність діяти у правовому полі, керуватися нормами законодавства; уміння працювати з документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом туристичного бізнесу.

## 2.6. Результати навчання

Когнітивна (пізнавальна сфера). Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів; пояснювати особливості організації рекреаційно-туристичного простору; аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал території; застосовувати у практичній діяльності принципи і методи організації та технології обслуговування туристів; розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт; організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки; розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна).

Афективна (емоційна) сфера. Володіти державною та іноземною (ними) мовою (мовами), на рівні, достатньому для здійснення професійної діяльності; застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг; встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей; проявляти повагу до індивідуального і культурного різноманіття, проявляти толерантність до альтернативних принципів та методів виконання професійних завдань.

Психомоторна сфера. Діяти у відповідності з принципами соціальної відповідальності та громадянської свідомості; управляти своїм навчанням з метою самореалізації в професійній туристичній сфері; адекватно оцінювати свої знання і застосовувати їх в різних професійних ситуаціях; аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань; виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання; приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності; професійно виконувати завдання в невизначених та екстремальних ситуаціях.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні: **знати:**

- основні принципи організації рекламної діяльності на підприємствах і в організаціях туристичного бізнесу;
- особливості діяльності рекламних агентств;



## 5. Тематика семінарських (або практичних) занять

№ п/п	Тематика	К-сть годин
1	Реклама в туристичній індустрії	2
2	Рекламні та маркетингові дослідження	2
3	Брендінг тур підприємства	2
4	Види реклами. Поліграфічна реклама.	2
5	Види реклами. Аудіовізуальна реклама	2
6	Види реклама. Internet реклама.	2
7	Реклама в соціальних мережах	2
8	PR та імідж туристичного підприємства.	2
9	Бюджет рекламної компанії.	2
10	Оцінка ефективності рекламної компанії.	2
<b>Разом:</b>		<b>20</b>

## 6. Самостійна робота

№ п/п	Тематика	К-сть годин
1	Реклама в туристичній індустрії	8
2	Рекламні та маркетингові дослідження	8
3	Брендінг тур підприємства	8
4	Види реклами. Поліграфічна реклама.	8
5	Види реклами. Аудіовізуальна реклама	8
6	Види реклама. Internet реклама.	8
7	Реклама в соціальних мережах	8
8	PR та імідж туристичного підприємства.	8
9	Бюджет рекламної компанії.	8
10	Оцінка ефективності рекламної компанії.	8
<b>Разом:</b>		<b>80</b>

## 7. Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

Рівень досягнення запланованих результатів навчання перевірятиметься за допомогою таких форм контролю: опитування, тестові завдання, доповіді, реферати, творчі завдання.

## 8. Критерії, форми поточного та підсумкового контролю

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни “Рекреалогія” визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

### Для екзамену

Змістовий модуль 1 Теми 1-6	Змістовий модуль 2 Теми 7-10	Підсумковий контроль (екзамен)
40%	20%	40%
8 тиждень	16 тиждень	Екзаменаційна сесія

### Шкала оцінювання:

За шкалою ТНЕУ	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90–100	відмінно	A (відмінно)
85–89	добре	B (дуже добре)
75-84		C (добре)
65-74	задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35-59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)

### 9. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

№	Найменування	Номер теми
1.	Опорні конспекти лекцій;	1-10
2.	Навчальні посібники; Кейси	1-10
3.	Силабус;	1-10
4.	Збірка тестових і контрольних завдань для поточного оцінювання навчальних досягнень студентів;	1-10
5.	Засоби підсумкового контролю (комплект тестових завдань для підсумкового контролю)	1-10

### РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

#### Основна література:

1. Кифяк В. Ф Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф.Кифякі : навч. посіб Чернівці : Книги - XXI, 2003
2. Мунін Г. Б. та ін. Маркетинг туризму / Г.Б Мунін. У 2 ч. Ч. 2: навч. посібник. К. : Вид-во Європ. ун-ту, 2006
3. Правик Ю. М. Маркетинг туризму / Ю.М. Правик : підручник К. : Знання, 2008
4. Вачевський М.В., Вачевський О.М., Стасишин Б.О. та ін. Маркетинг: основи теорії і практики. Львів: Каменяр, 1999. – 223 с.
5. Дайновський Ю.А. Маркетингові прийоми. К.: А.С.К., 1998. – 112 с.

#### Допоміжна література:

1. Бріггс С. Маркетинг у туризмі / пер. з англ. М.Ю. Зарицька. К.: Знання-Прес, 2005. 358 с.
2. Волчецький Р.В. Світовий досвід розвитку сфери туризму та перспективи його впровадження в Україні // Вісник ОНУ імені І.І. Мечнікова. 2016. Т.21. Вип.3. С.25-28.
3. Восколович Н.А. Маркетинг туристських услуг: учебник / Н.А. Восколович. М.:



ЮНИТИ-ДАНА, 2015. 207 с.

4. Закон України "Про рекламу"

5. Картер Г. Эффективная реклама. К.: Сирин; Либра, 1998. – 204 с.

6. Кудла Н.Є. Маркетинг туристичних послуг: навч. посіб / Н.Є. Кудла. К.: Знання, 2011. 351 с.

7. Кушнар'ов В.В. Туристична реклама в соціокультурному просторі сучасної України: автореф. дис... канд. культурології: 26.00.01. К., 2010. 20 с.

8. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 272 с.

9. Миронов Ю.Б. Особливості реклами в туризмі / Ю.Б. Миронов // Перехідні економічні системи: Збірник наукових праць. Випуск V. Львів: Видавництво ЛКА, 2008. 448 с. С.289-292.

10. Миронов Ю.Б. Особливості реклами в туризмі // Перехідні економічні системи: Зб. наук. пр. студентів, асп. і викл. Львів: Видавництво ЛКА, 2002. Вип.5. 448 с. С.289-292.

11. Мунін Г.Б. Маркетинг турпродукту: навч. посіб. / Г.Б. Мунін. Кондор, 2009. 364 с.

12. Обрителько Б.А. Реклама і рекламна діяльність: курс лекцій / Б.А. Обрителько. К.: МАУП, 2005. 240 с.

13. Школа І.М. та ін. Менеджмент туристичної індустрії: Навчальний посібник. – Чернівці: ЧТЕІ КНЕУ, 2003. – 662 с.

#### **Інтернет-ресурси:**

1. БД Освіта. ua. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://osvita.ua/school/psychology>.

2. Бібліотека Харківської державної академії культури [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lib-hdak.in.ua/>

3. Все про туризм - туристична бібліотека. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tourlib.net/ua.htm>

4. Електронні підручники онлайн «Туризм». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://fs.onu.edu.ua/clients/client11/web11/pdf/bib/tourism\\_books.pdf](http://fs.onu.edu.ua/clients/client11/web11/pdf/bib/tourism_books.pdf)

5. Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rada.gov.ua/news/zak>

6. Наукова періодика України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua/taxonomy/term/334>.

7. Сайт Наукової бібліотеки СНУ ім. В.Даля «Туризм». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://library.snu.edu.ua/index/turizm/0-129>