

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ  
СТЕФАНИКА**

Факультет туризму  
Кафедра туризмознавства і краєзнавства

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
РЕКЛАМНО-ІНФОРМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ**

Рівень вищої освіти - **другий (магістерський)**

Освітня програма **«Туризмознавство»**

Спеціальність **242 Туризм**

Галузь знань - **24 «Сфера обслуговування»**

на засіданні кафедри  
Затверджено Протокол №3 від  
«18» жовтня 2022 р.

м. Івано-Франківськ – 2022

<b>1. Загальна інформація</b>	
<b>Назва дисципліни</b>	Рекламно-інформаційна діяльність
<b>Викладач (-і)</b>	Гуменюк Галина Михайлівна
<b>Контактний телефон викладача</b>	+380990233246
<b>Е-mail викладача</b>	Halina.gumeniuk@pnu.edu.ua
<b>Формат дисципліни</b>	Змішаний (blended) - очно-дистанційний
<b>Обсяг дисципліни</b>	кредити ЄКТС, - 3(90)год.
<b>Посилання на сайт дистанційного навчання</b>	<a href="https://d-learn.pnu.edu.ua/">https://d-learn.pnu.edu.ua/</a> <a href="https://test-d-learn.pnu.edu.ua/course/subscription/through/url/a5ed78f11c724f52">https://test-d-learn.pnu.edu.ua/course/subscription/through/url/a5ed78f11c724f52</a>
<b>Консультації</b>	Консультації проводять відповідно до графіку консультацій
<b>2. Анотація до навчальної дисципліни</b>	
<p>На сьогоднішній день туристичний бізнес, це одна з найбільш перспективних і швидкозростаючих галузей, що приносить по всьому світу багатомільйонні прибутки. Жорстка конкуренція на ринку туристичних послуг змушує менеджерів вдаватися до різних рекламних технологій. В процесі вивчення дисципліни студент дізнається що таке реклама та які функції вона виконує, вивчить в чому полягають особливості іміджевого і збутового видів реклами, вивчить особливості організації рекламних акцій в туристичному бізнесі, дізнається про принципи організації роботи зі ЗМІ, підготовку керівництва до інтерв'ю, формування журналістського пулу та інші цілі PR. Вивчення курсу “Рекламно-інформаційна діяльність” передбачає наявність систематичних та ґрунтовних знань із суміжних курсів (психологія, маркетинг, організація туристичної діяльності, організація екскурсійних послуг, туроперейтинг), цілеспрямованої роботи над вивченням спеціальної літератури, активної роботи на лекціях та практичних заняттях, самостійної роботи.</p>	
<b>3. Мета та цілі навчальної дисципліни</b>	
<p>Метою вивчення навчальної дисципліни є формування професійного погляду на рекламну діяльність, умінь та навичок використання рекламних технологій та засобів створення та просування рекламної продукції в туризмі.</p> <p>Основними цілями вивчення дисципліни є поінформувати студентів із особливостями рекламних досліджень у туристичній галузі;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ознайомити студентів з особливостями розробки рекламного бюджету;</li> <li>- подати та закріпити знання з теоретичних та практичних засад рекламної стратегії;</li> <li>- ознайомити студентів з основними нормативними документами та положеннями, що регулюють рекламну діяльність.</li> </ul>	
<b>4. Загальні і фахові компетентності</b>	
<p><i>Загальні компетентності:</i></p> <p>ЗК 04. Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу.</p> <p>ЗК 06. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел</p> <p>ЗК 08. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій</p>	

ЗК 11. Здатність міжособистісної взаємодії.  
 ЗК14. Здатність працювати в команді та автономно  
*Фахові компетентності:*  
 ФК 16. Здатність застосування знання у практичних ситуаціях.  
 ФК 21. Здатність, розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту.  
 ФК23.Здатність забезпечувати безпеку туристів у звичайних та складних формах обставинах  
 ФК27. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації  
 ФК29. Здатність діяти у правовому полі, керуватися нормами законодавства

### 5. Програмні результати навчання

ПР01. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів  
 ПР07. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт.  
 ПР09. Організувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.

### 6. Організація навчання

Обсяг навчальної дисципліни – 3 кредити ЄКТС

Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	12
семінарські заняття / практичні / лабораторні	18
самостійна робота	60

Ознаки навчальної дисципліни

Семестр	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий

Тематика навчальної дисципліни

Тема	кількість год.		
	лекції	заняття	сам. роб.
Тема 1 Місце та роль рекламно-інформаційної діяльності в	2	2	7
Тема 2 Методика проведення рекламних досліджень	2	2	7
Тема 3 Визначення цілей реклами	2	2	7
Тема 4 . Прийняття рішення про рекламне звернення.	2	2	7
Тема 5. Розробка рекламного бюджету.	2	3	8
Тема 6. Оцінка ефективності рекламної діяльності.	1	2	8
Тема 7. Туристична реклама в пресі	1	2	8
Тема 8. Друкована реклама, аудіовізуальна реклама та	1	3	8
ЗАГ.	12	18	60

### 7. Система оцінювання навчальної дисципліни

Загальна

система оцінювання навчальної дисципліни	100 балів
Вимоги до письмових робіт	Загальний бал за виконання письмових робіт - 55 балів, що включає: тестовий контроль 1 - 10 балів; тестовий контроль 2 - 10 балів; контроль самостійної роботи 1 - 10 балів; контроль самостійної роботи 2 - 5 балів; індивідуальна робота - 20 балів.
Семінарські заняття	45 балів
Умови допуску до підсумкового контролю	26 балів
Підсумковий контроль	залік
<b>8. Політика навчальної дисципліни</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Письмові роботи: Очікується, що студенти виконають декілька видів письмових робіт (есе, вирішення кейсу).</li> <li>• Академічна доброчесність: Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування, втручання в роботу інших студентів становлять, але не обмежують, приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману.</li> <li>• Відвідання занять є важливою складовою навчання. Очікується, що всі студенти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку студенти зобов'язані дотримуватися усіх строків визначених для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених курсом.</li> </ul>	
<b>9. Рекомендована література</b>	

1. Батра Р. Рекламный менеджмент. Київ.: Вильямс, 1999. 210 с.
2. Вачевський М.В. Маркетинг: основи теорії і практики. Львів: Каменяр, 1999. 223 с.
3. Владимирська Г.О. Реклама: навч. посіб. Київ: Кондор, 2006. 334 с.
4. Выставка с точки зрения PR. сайт компанії «Выставка эффективных решений MOBYS» [Електронний ресурс]. Режим доступу до джерела: <http://www.mobys.ru/about/measures/print/news50.html>
5. Выставочное оборудование. сайт рекламного агентства «Байт-медиа» [Електронний ресурс]. Режим доступу до джерела: <http://www.bitmedia.ru/index.php?page=expo>
6. Герасименко В.Г. Основы туристического бизнеса. Одесса, 1997. 340 с.
7. Дайновський Ю.А. Маркетингові прийоми. Київ : А.С.К., 1998. 112 с.
8. Дебеллак Д. Магія маркетингу. Київ: Софія, 1997. 288 с.
9. Денисон Д. Учебник по рекламе. Минск: СЛК, 1996. 320 с.
10. Закон України «Про рекламу». Відомості Верховної Ради України. 1996. № 39 [Електронний ресурс]. Режим доступу до джерела: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр>
11. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Книги – XXI, 2003. 300 с.
12. Ляпоров В. Как составить рекламный план? / В. Ляпоров [Електронний ресурс]. – Режим доступу до джерела: [www.business-magazine.ru](http://www.business-magazine.ru).
13. Макгаллі М. Т. Основы эффективных продаж. Київ Софія, 1997. 288 с.
14. Мальська М.П. Основы туристического бизнеса: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2004. 272 с.
15. Міжнародний кодекс рекламної практики (Міжнародний документ, прийняття 02.12.1986). Нормативно-правове забезпечення [Електронний ресурс]. Режим доступу до джерела: [http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/988\\_010](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/988_010)
16. Оформление выставочных стендов. сайт выставочной компании «Интерформ» [Електронний ресурс]. Режим доступу до джерела: <http://www.interform.ru/decoration.asp>
17. Почепцов Г. Г. Іміджмейкер. Київ : НВФ "Студцентр", 1998. 256 с.
18. Рекламная кампания: выбор медианосителей [Електронний ресурс]. Режим доступу до джерела: <http://www.megarpro.ru>.
19. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії: навч. посіб. Чернівці: ЧТЕІ КНЕУ, 2003. 662 с.
20. Altkorn J. Marketing w turystyce. Warszawa: Wydawnictwo naukowe PWN, 2001. 204 s.
21. Drucker P.F. Management. Tasks. Responsibilities. Practices. New York: Harper & Row, 1973. 630 p.