

**Силабус навчальної дисципліни**  
**«Технології реклами в індустрії гостинності»**

**Галузь знань:** 24 Сфера обслуговування

**Спеціальність:** 242 Туризм і рекреація

**Освітня програма:** Туризм

**Рівень вищої освіти:** перший (бакалаврський)

**Курс:** 2

**Семестр:** 3

<b>Факультет</b>	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
<b>Кафедра</b>	Технологій та організації туризму і готельно-ресторанної справи
<b>Викладач(-и)</b>	<b>ПІБ:</b> Барвінок Наталія Володимирівна <b>Посада:</b> викладач кафедри технологій та організації туризму і готельно-ресторанної справи <b>E-mail:</b> barvinok.n@udpu.edu.ua
<b>Лінк на освітній контент дисципліни</b>	<a href="https://moodle.udpu.edu.ua/course/index.php?categoryid=162">https://moodle.udpu.edu.ua/course/index.php?categoryid=162</a>
<b>Статус дисципліни</b>	Навчальна дисципліна вибіркового компоненту
<b>Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години</b>	4/120
<b>Обсяг дисципліни (години) та види занять</b>	<b>Денна форма:</b> лекції (30год.), практичні (30год.), самостійна робота (60год.)
	<b>Заочна форма:</b> лекції (8год.), практичні (8год.), самостійна робота (104год.)
<b>Політика дисципліни</b>	<p><b>Академічна доброчесність.</b> Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Кодексом академічної доброчесності Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.</p> <p><b>Відвідування занять.</b> Відвідування занять є важливою складовою освітнього процесу. Очікується, що здобувачі вищої освіти відвідають всі лекції і семінарські (практичні) заняття курсу.</p> <p>Пропуски семінарських (практичних) занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку. Здобувач вищої освіти зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття упродовж двох тижнів з дня пропуску його.</p> <p><b>Креативна ініціатива здобувача вищої освіти.</b> Здобувачі вищої освіти мають можливість за власною ініціативою підготувати доповіді до визначених робочою програмою тем семінарських (практичних) занять на основі пошуку та огляду наукових публікацій за заданою проблематикою дисципліни, поглибленому опрацюванні окремих лекційних тем або питань; при виконанні ІНДЗ самостійно вибирають його тему та творчо підходять до його вирішення.</p>
<b>Що будемо вивчати?</b>	Вивчення сутності технології реклами в індустрії гостинності та стратегії туристичного підприємства та самостійного виготовлення рекламного продукту.
<b>Чому це треба вивчати?</b>	Набути знань та практичних навичок щодо технологій реклами в індустрії гостинності, ґрунтовної бази знань та практичних навичок формування рекламної стратегії туристичного підприємства та самостійного виготовлення рекламного продукту.
<b>Яких результатів можна досягнути?</b>	<p>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. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт.</p> <p>Ідентифікувати туристичну документацію та вміти правильно нею користуватися.</p> <p>Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна).</p> <p>Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг.</p> <p>Встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей.</p> <p>Проявляти толерантність до альтернативних принципів та методів виконання професійних завдань.</p> <p>Діяти у відповідності з принципами соціальної відповідальності та громадянської свідомості.</p> <p>Управляти своїм навчанням з метою самореалізації в професійній туристичній сфері.</p>

	<p>Адекватно оцінювати свої знання і застосовувати їх в різних професійних ситуаціях.</p> <p>Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань.</p> <p>Приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності.</p>
<b>Як можна використати набуті знання та уміння?</b>	<p>Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу.</p> <p>Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.</p> <p>Вміння виявляти, ставити і вирішувати проблеми.</p> <p>Навички міжособистісної взаємодії.</p> <p>Здатність працювати в команді та автономно.</p> <p>Знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності.</p> <p>Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту.</p> <p>Розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем.</p> <p>Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал.</p> <p>Здатність використовувати в роботі туристичних підприємств інформаційні технології та офісну техніку.</p> <p>Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації.</p>
<b>Зміст дисципліни</b>	<p>Рекламно-інформаційна діяльність в комплексі маркетингових комунікацій.</p> <p>Реклама в індустрії гостинності.</p> <p>Види та функції реклами.</p> <p>Проведення рекламних досліджень і визначення цілей реклами.</p> <p>Прийняття рішення про рекламне звернення.</p> <p>Вибір засобів поширення реклами.</p> <p>Розробка рекламного бюджету</p> <p>Види реклами. Реклама в пресі. Друкована реклама. Аудіовізуальна реклама. Радіореklama.</p> <p>Види реклами. Телевізійні реклами. Рекламні сувеніри. Зовнішня реклама.</p> <p>Види реклами. Реклама в інтернеті.</p> <p>Реклама на виставках і ярмарках</p> <p>Імідж підприємства як засіб реклами.</p>
<b>Обов'язкові завдання</b>	<p>Планується виконання здобувачами вищої освіти обов'язкових та додаткових декількох видів завдань: підготовка доповідей за заданою проблематикою дисципліни, поглибленого опрацювання окремих лекційних тем або питань; підготовка до поточного контролю знань, що полягає в опрацюванні контрольних запитань, питань для самодіагностики, самостійному опрацюванні теоретичного матеріалу за зазначеною тематикою; систематизація вивченого матеріалу для підготовки до заліку (перелік міститься в Методичних вказівках для підготовки до семінарських (практичних) занять), а також обов'язкових письмових індивідуальних навчально-дослідних завдань (за вибором студента).</p>
<b>Міждисциплінарні зв'язки</b>	<p>Економіка туристичного підприємства. Маркетинг у туризмі.</p> <p>Комунікативний менеджмент.</p>
<b>Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Король І. В. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посіб. уклад. І. В. Король. Умань : Візаві, 2018. 191 с.</li> <li>2. Савицька Н.Л., Синицина Г.А., Олініченко К.С. Рекламний менеджмент : навч. посіб. Харків : Іванченко, 2015. 169 с.Іванова, О. М. Управління інформаційними потоками туристичних підприємств: монографія. Суми : Університетська книга, 2018. 200 с.</li> <li>3. Балабанова Л. В, Юзик Л. О. Рекламний менеджмент : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 366 с.</li> <li>4. Правник Ю. М. Маркетинг туризму: підручник. Київ : Знання, 2015. 303 с.</li> </ol>
<b>Поточний контроль</b>	<p>Виконання завдань семінарських (практичних) занять, тестування, ІНДЗ.</p> <p>Загальна система оцінювання за навчальною дисципліною визначається розділом 7 Положення про організацію освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини.</p>
<b>Підсумковий контроль</b>	<p>Залік.</p> <p>Порядок та організація контролю знань здобувачів вищої освіти, зокрема умови допуску до підсумкового контролю визначаються розділом 7</p>

Розробник



Наталія БАРВІНОК