



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В ТУРИЗМІ»

Компонент освітньої програми – обов'язкова (5 кредитів)

Освітньо-професійна програма	Міжнародний туризм та туроперейтинг
Спеціальність	ІЗ Туризм та рекреація
Галузь знань	І Транспорт та послуги
Рівень вищої освіти	другий (магістерський)
Мова навчання	українська
Профайл викладача (-ів)	доц. Король Олександр Дмитрович, завідувач кафедри географії та менеджменту туризму, доктор географічних наук, доцент https://geotour.chnu.edu.ua/pro-kafedru/spivrobotnyky/korol-oleksandr-dmytrovych/
Контактний тел.	+380505367955
Е-mail:	o.korol@chnu.edu.ua
Сторінка курсу в Moodle	https://moodle.chnu.edu.ua/enrol/index.php?id=3219
Консультації	за графіком консультацій викладачів на сайті: https://geotour.chnu.edu.ua/studentu/navchalnyi-protses/rozklad-zaniat-i-sesii/

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета навчальної дисципліни передбачає ознайомлення з теорією комунікаційних процесів у туристичному бізнесі, а також формування прикладних знань, щодо налагодження Маркетингових комунікацій як засобів просування туристичних дестинацій, підприємств, їхніх послуг і продуктів.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

МОДУЛЬ 1.	
Тема 1	Сутність маркетингових комунікацій у туризмі
Тема 2	Маркетинговий комунікаційний процес
Тема 2	Реклама в туризмі
Тема 4	Інтернет реклама
МОДУЛЬ 2.	
Тема 5	Торговельний персонал і канали особистого просування
Тема 6	Стимулювання збуту в туризмі
Тема 7	Зв'язки з громадськістю (PR) в туризмі
Тема 8	Участь у виставках і ярмарках
	Торговельний персонал і канали особистого просування

ФОРМИ, МЕТОДИ ТА ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ

Під час викладання даної навчальної дисципліни використовуються такі методи навчання:

- лекція, аналіз, пояснення, проблемна ситуація, консультація;
- дослідна робота та метод проекту;
- презентації, відеоматеріали;
- електронне та інтерактивне онлайн-навчання (Moodle, Google Meet);
- самостійна робота за програмою навчальної дисципліни.

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Методами оцінювання та демонстрування результатів є:

- стандартизовані тести;
- контрольні роботи;
- усне опитування;
- захист і презентація результатів виконаних практичних завдань (наскрізні проекти; індивідуальні та командні проекти; дослідницько-творчі та ін.);
- доповідь із презентацією з теоретичних питань.

Форми поточного контролю:

- усна (відповідь студента по теорії щодо виконання практичних завдань);
- захист і презентації результатів виконаних практичних завдань;
- письмова (тестування).

Форма підсумкового контролю: іспит (тестування).

Поточний контроль здійснюється під час практичних занять і має на меті перевірку знань здобувачів вищої освіти з окремих тем шляхом виконання конкретних завдань (наскрізні індивідуальні проекти; презентації та тематичні тестування). Кількість передбачених балів за різні види робіт також зазначені у силабусі та в системі дистанційного навчання Moodle, куди студенти можуть завантажувати роботи, і де здійснюється тестовий контроль. Результати оголошуються під час занять та/або виставляються в Moodle. Самостійна робота враховується при складанні поточних і підсумкових тестів та під час захистів практичних робіт.

Підсумкові тести (іспит) покликані перевірити рівень засвоєння теоретичного матеріалу, здатності осмислити і відтворити зміст даної частини дисципліни.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Критерієм успішного проходження здобувачем освіти підсумкового оцінювання може бути досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом навчання навчальної дисципліни, які варто визначати за допомогою числової (відсоткової) шкали оцінювання знань і трансформувати в оцінку використовуваної рейтингової шкали у кількості балів, що виділяються для кожного запланованого результату навчання навчальної дисципліни.

Критерії оцінювання за основними видами робіт – [завантажити >>>](#)

ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Політика академічної доброчесності

Здобувачі вищої освіти зобов'язані виконувати положення принципів академічної доброчесності: виконувати всі поточні завдання та підсумковий контроль самостійно без допомоги сторонніх осіб; не допускати списування під час проведення контрольних заходів (у т. ч. із використанням мобільних пристроїв); надавати для оцінювання лише результати власної роботи; не вдаватися до кроків, що можуть нечесно покращити Ваші результати чи погіршити/покращити результати інших студентів; не публікувати і не розповсюджувати відповіді на питання, що використовуються в рамках курсу для оцінювання знань студентів.

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні навчальної дисципліни регламентовано такими документами:

- «Етичним кодексом Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича» (<https://www.chnu.edu.ua/media/bkyl5klw/etychnyi-kodeks-chernivetskoho-natsionalnoho-universytetu.pdf>);
- «Положенням про виявлення та запобігання академічному плагіату у Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича» (https://www.chnu.edu.ua/media/vupnho4k/polozhennya-pro-zapobihannia-plahiatu_2024.pdf)

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Король О.Д. Основи туристського маркетингу. – Чернівці: Рута, 2021. – 140 с.
2. Кудла Н.Є. Маркетинг туристичних послуг. – Київ: Знання, 2011. – 351 с.
3. Полінкевич О. М. Маркетинг туризму та готельно-ресторанної справи: навч. посібник. – Луцьк : ЛНТУ, 2022. – 288 с.
4. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями : підручник. – Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. – 322 с.

Детальна інформація щодо вивчення курсу

«Маркетингові комунікації в туризмі»

висвітлена у робочій програмі навчальної дисципліни

https://geotour.chnu.edu.ua/media/ylljxwux/market_komunikatsii_v_turyzmi.pdf