


Міністерство освіти і науки України  
Сумський національний аграрний університет  
Факультет агротехнологій та природокористування  
Кафедра туризму

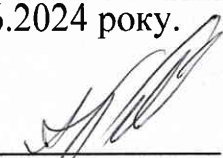
**Робоча програма (силабус) освітнього компонента**  
ОК29. Рекламознавство і підготовка рекламних видань  
(обов'язковий)

Реалізується в межах освітньої програми: «Туризм»  
(назва)


за спеціальністю: 242 «Туризм»  
(шифр, назва)


на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти

**Розробник:**  О. В. Коваленко, к.пед.н., доцент  
(підпис) (прізвище, ініціали) (вчений ступінь та звання, посада)

Розглянуто, схвалено та затверджено на засіданні кафедри туризму	протокол №13 від 20.06.2024 року.  Завідувач кафедри <u></u> <u>О. В. Коваленко</u> (підпис) (прізвище, ініціали)
--	--


**Погоджено:**

Гарант освітньої програми  О. В. Коваленко  
(підпис) (ПІБ)

Декан факультету, де реалізується ОП  О. М. Бакуменко  
(підпис) (ПІБ)

Рецензія на робочу програму (додається): к.іст.н., доцент Л.І. Єпик

  
(підпис)

Методист відділу якості освіти,  
ліцензування та акредитації  (Н. Баранік)  
(підпис) (ПІБ)

Зареєстровано в електронній базі: дата 24.07. 2024 р.

Інформація про перегляд робочої програми (силабусу):

Навчальний рік, в якому вносяться зміни	Номер додатку до робочої програми з описом змін	Зміни розглянуто і схвалено		
		Дата та номер протоколу засідання кафедри	Завідувач кафедри	Гарант освітньої програми

## 1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНІЙ КОМПОНЕНТ

1.	Назва ОК	Рекламознавство і підготовка рекламних видань		
2.	Факультет/кафедра	Агротехнологій та природокористування / Туризму		
3.	Статус ОК	Обов'язковий		
4.	Програма/Спеціальність (програми), складовою яких є ОК для (заповнюється для обов'язкових ОК)	ОПП «Туризм» Спеціальність 242 «Туризм»		
5.	ОК може бути запропонований для (заповнюється для вибіркових ОК)			
6.	Рівень НРК	6 рівень		
7.	Семестр та тривалість вивчення	Дисципліна викладається протягом VIII семестру (д.ф.н.) та VII семестру (з.ф.н.)		
8.	Кількість кредитів ЄКТС	4 кредити (120 годин)		
9.	Загальний обсяг годин та їх розподіл	Контактна робота(заняття) денна / заочна форма навчання		Самостійна робота денна / заочна форма навчання
		Лекційні	Практичні (семінарські)	
		VIII семестр (д.ф.н.) VII семестр (з.ф.н.)	26/2	26
10.	Мова навчання	українська		
11.	Викладач/Координатор освітнього компонента	Коваленко Олександр Вікторович, к.пед.н., доцент, завідувач кафедри туризму, кабінет 211e		
11.1	Контактна інформація	Ел. адреса:olexkovalenko@ukr.net		
12.	Загальний опис освітнього компонента	Теоретична та практична підготовка студентів спеціальності «Туризм» з питань рекламної діяльності у туристичному бізнесі, щодо різних форм її функціонування, в тому числі і цифрової реклами у мережі Інтернет.		
13.	Мета освітнього компонента	Засвоєння студентами знань з галузі рекламної діяльності в усіх її історичних та сучасних формах, як форми соціальної комунікації, усвідомлення ними ключових понять і процесів у цій комунікативній сфері, вироблення практичних навичок усебічного аналізу та створення рекламної продукції різних типів у туристичному бізнесі, в тому числі і цифрової реклами у мережі Інтернет.		
14.	Передумови вивчення ОК, зв'язок з іншими освітніми компонентами ОП	Освітній компонент базується на вивченні таких дисциплін як: Основи туризмознавства, Мультимедійні та інформаційні технології в туризмі, а також є основою для: Туропереїтинг, Організація ресторанного та готельного господарства.		
15.	Політика академічної доброчесності	При виконанні практичних робіт, написанні модульних, атестаційних та екзаменаційних робіт студент обов'язково має дотримуватись правил академічної доброчесності. При виявленні фактів списування або академічної не доброчесності робота виконана студентом не зараховується.		
16.	Посилання на Moodle	<a href="https://cdn.snau.edu.ua/moodle/course/view.php?id=5254">https://cdn.snau.edu.ua/moodle/course/view.php?id=5254</a>		

## 2. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ ТА ЇХ ЗВ'ЯЗОК З ПРОГРАМНИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ НАВЧАННЯ

Результати навчання за ОК: Після вивчення освітнього компонента студент очікувано буде здатен...»	Як оцінюється ПРН
ПРН02. 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.	Проведення модульного контролю. Індивідуальні завдання, презентації, доповіді. Уважна перевірка та аналіз виконаних завдань. Написання рефератів, есе, планів-конспектів з дисципліни. Іспит.
ПРН03. Знати і розуміти основні форми і види туризму, їх поділ.	Проведення модульного контролю. Індивідуальні завдання, презентації, доповіді. Уважна перевірка та аналіз виконаних завдань. Написання рефератів, есе, планів-конспектів з дисципліни. Іспит.
ПРН06. Застосовувати у практичній діяльності принципи і методи організації та технології обслуговування туристів.	Проведення модульного контролю. Індивідуальні завдання, презентації, доповіді. Уважна перевірка та аналіз виконаних завдань. Написання рефератів, есе, планів-конспектів з дисципліни. Іспит.
ПРН10. Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна).	Проведення модульного контролю. Індивідуальні завдання, презентації, доповіді. Уважна перевірка та аналіз виконаних завдань. Написання рефератів, есе, планів-конспектів з дисципліни. Іспит.
ПРН12. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг.	Проведення модульного контролю. Індивідуальні завдання, презентації, доповіді. Уважна перевірка та аналіз виконаних завдань. Написання рефератів, есе, планів-конспектів з дисципліни. Іспит.
ПРН15. Проявляти толерантність до альтернативних принципів та методів виконання професійних завдань.	Проведення модульного контролю. Індивідуальні завдання, презентації, доповіді. Уважна перевірка та аналіз виконаних завдань. Написання рефератів, есе, планів-конспектів з дисципліни. Іспит.

## 3. ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА (ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ)

Тема. Перелік питань, що будуть розглянуті в межах теми	Розподіл в межах загального бюджету часу. Денна / Заочна форма навчання			Рекомендована література	
	Аудиторна робота		Самост. робота		
	Лк	П.з / семін.	Лаб. з.		
<b>Тема 1. Вступ до реклами.</b> 1. Цілі, функції, завдання та закони реклами. 2. Характеристика рекламного процесу	2/2	2		8/15	1, 2, 8, 10
<b>Тема 2. Реклама в індустрії туризму.</b> 1. Місце та особливості реклами у туристичному бізнесі.	2	2		9/15	2, 4, 6, 7, 9

2. Рекламне звернення: структура та особливості застосування.					
<b>Тема 3. Формування бренду туристичного підприємства.</b> 1. Фірмовий стиль: особливості, структура та вплив на імідж туристичного підприємства. 2. Особливості логотипизації в туризмі. 3. Бренд-бук: поняття, особливості та використання в туризмі.	2	2		8/15	3, 5, 7, 10
<b>Тема 4. Види реклами.</b> 1. Типізація та особливості носіїв рекламної інформації. 2. Поліграфічна рекламна продукція: види, переваги та недоліки застосування в рекламі. 3. Види туристичних виставок та ярмарок та їх роль у просуванні туристичного продукту.	4	4		9/15	1, 2, 6, 8, 9, 10
<b>Тема 5. Аудіовізуальна реклама та реклама в мережі інтернет.</b> 1. Інноваційні технології в рекламі туристичних продуктів. 2. Реклама на радіо, ТБ та мережі Internet: особливості використання. 3. Web-сайти, блоги та Seo-технології: характеристика та методи використання в рекламі туристичних послуг.	4	4		8/15	3, 4, 5, 7, 9
<b>Тема 6. Розробка бюджету рекламної компанії.</b> 1. Елементи, графік та бюджет рекламної компанії: методика використання та розрахунок. 2. Наявні методики оцінки ефективності рекламної кампанії. 3. Фактори, що впливають на ефективність рекламної кампанії.	4	4		9/15	1, 2, 3, 8, 9, 10
<b>Тема 7. Сучасні тенденції реклами в українському туристичному бізнесі.</b> 1. Характеристика сучасного стану реклами на туристичному ринку України. 2. Рекламний (промо) тур: характеристики та особливості застосування. 3. Види та особливості нетрадиційних рекламних носіїв.	4	4		8/14	4, 6, 7, 9, 10
<b>Тема 8. Особливості реклами туристичного продукту Сумського регіону.</b> 1. Аналіз стану реклами в Сумському регіоні. 2. Види реклами які найбільш та найменш поширені в Сумському регіоні. 3. Проблеми та перспективи ринку реклами в Сумській обл.	4	4		9/14	1, 2, 3, 8, 9, 10
<b>Всього за семестр</b>	<b>26/2</b>	<b>26</b>		<b>68/118</b>	

#### 4. МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ ТА НАВЧАННЯ

ПРН	Методи викладання (робота, що буде проведена викладачем під час аудиторних занять, консультацій)	Кільк годин	Методи навчання (які види навчальної діяльності має виконати студент самостійно)	Кільк годин
ПРН02. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії туризму, організації туристичного процесу та туристичної діяльності суб'єктів ринку туристичних	- проведення лекційних занять з використанням мультимедійних презентацій, проведення практичних робіт (в тому числі на місцевості)	9	- опрацювання незнайомих (нових) термінів, - опрацювання додаткового матеріалу за відповідними темами	11

послуг, а також світоглядних та суміжних наук.				
ПРН03. Знати і розуміти основні форми і види туризму, їх поділ.	- проведення лекційних занять з використанням мультимедійних презентацій та практичних робіт з використанням фізичних карт	9	- опрацювання додаткового матеріалу за відповідними темами, - аналіз проведеної роботи під час виконання практичних завдань та підготовка до захисту практичних робіт, - написання рефератів	11
ПРН06. Застосовувати у практичній діяльності принципи і методи організації та технології обслуговування туристів.	- проведення лекційних занять з використанням мультимедійних презентацій та практичних розрахункових робіт з елементами аналізу життєвих ситуацій	9	- опрацювання додаткового матеріалу за відповідними темами, - аналіз проведеної роботи під час виконання практичних завдань та підготовка до захисту практичних робіт, - написання рефератів та/або тез доповідей	11
ПРН10. Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна).	- проведення лекційних занять з використанням мультимедійних презентацій та практичних розрахункових робіт з елементами аналізу життєвих ситуацій	9	- опрацювання додаткового матеріалу за відповідними темами, - аналіз проведеної роботи під час виконання практичних завдань та підготовка до захисту практичних робіт	11
ПРН12. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг.	- проведення лекційних занять з використанням мультимедійних презентацій та практичних розрахункових робіт з елементами аналізу життєвих ситуацій	8	- опрацювання додаткового матеріалу за відповідними темами, - аналіз проведеної роботи під час виконання практичних завдань та підготовка до захисту практичних робіт, - написання рефератів та/або тез доповідей	12
ПРН15. Проявляти толерантність до альтернативних принципів та методів виконання професійних завдань.	- проведення лекційних занять з використанням мультимедійних презентацій та графічних практичних робіт	8	- опрацювання незнайомих (нових) термінів, - опрацювання додаткового матеріалу за відповідними темами	12
Всього годин		52		68

## 5. ОЦІНЮВАННЯ ЗА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ

### 5.1. Сумативне оцінювання

#### 5.1.1. Для оцінювання очікуваних результатів навчання передбачено

№	Методи сумативного оцінювання	Бали / Вага у загальній оцінці	Дата складання
1.	Практична робота до теми 1. Вступ до реклами.	5 балів / 5%	До 3 тижня
2.	Практичні роботи до теми 2. Реклама в індустрії туризму.	5 балів / 5%	До 4 тижня
3.	Практичні роботи до теми 3. Формування бренду туристичного підприємства.	5 балів / 5%	До 5 тижня
4.	Практична робота до теми 4. Види реклами.	5 балів / 5%	До 6 тижня
5.	Модульний контроль (тест множинного вибору).	15 балів / 15%	До 7 тижня
6.	Практична робота до теми 5. Аудіовізуальна реклама та реклама в мережі Інтернет.	5 балів / 5%	До 10 тижня
7.	Практичні роботи до теми 6. Розробка бюджету рекламної компанії.	5 балів / 5%	До 12 тижня
8.	Практична робота до теми 7. Сучасні тенденції реклами в українському туристичному бізнесі.	5 балів / 5%	До 13 тижня
9.	Практична робота до теми 8. Особливості реклами туристичного продукту Сумського регіону.	5 балів / 5%	До 14 тижня
10.	Модульний контроль (тест множинного вибору).	15 балів / 15%	До 15 тижня
11.	Іспит	30 балів / 30%	В екзаменаційну сесію

#### 5.1.2. Критерії оцінювання

Компонент	Незадовільно	Задовільно	Добре	Відмінно
Практична робота до теми 1. Вступ до реклами.	0 балів	1-2 бали	3-4 бали	5 балів
	Практична робота не виконана	Робота виконана зі значними помилками, в тому числі орфографічними	Робота виконана з незначними помилками, студент не достатньо орієнтується в теоретичному матеріалі	Робота виконана вірно, студент добре орієнтується в теоретичному матеріалі
Практична робота до теми 2. Реклама в індустрії туризму.	0 балів	1-2 бали	3-4 бали	5 балів
	Практична робота не виконана	Робота виконана зі значними помилками, в тому числі орфографічними	Робота виконана з незначними помилками, студент не достатньо орієнтується в теоретичному матеріалі	Робота виконана вірно, студент добре орієнтується в теоретичному матеріалі
Практична робота до теми 3. Формування бренду туристичного підприємства.	0 балів	1-2 бали	3-4 бали	5 балів
	Практична робота не виконана	Робота виконана зі значними помилками, в тому числі орфографічними	Робота виконана з незначними помилками, студент не достатньо орієнтується в теоретичному матеріалі	Робота виконана вірно, студент добре орієнтується в теоретичному матеріалі
Практична робота до теми 4. Види реклами.	0 балів	1-2 бали	3-4 бали	5 балів
	Практична робота не виконана, або виконана	Робота виконана зі значними помилками, в тому числі	Робота виконана з незначними помилками, студент не достатньо орієнтується	Робота виконана вірно, студент добре орієнтується в



	<b>неправильно</b>	<b>орфографічними</b>	<b>в теоретичному матеріалі</b>	<b>теоретичному матеріалі</b>
Модульний контроль (тест множинного вибору)	<b>0-3 бали</b>	<b>4-8 балів</b>	<b>9-12 балів</b>	<b>13-15 балів</b>
	Залежить від кількості вірних відповідей на тест	Залежить від кількості вірних відповідей на тест	Залежить від кількості вірних відповідей на тест	Залежить від кількості вірних відповідей на тест
Практична робота до теми 5. Аудіовізуальна реклама та реклама в мережі Інтернет.	<b>0 балів</b>	<b>1-2 бали</b>	<b>3-4 бали</b>	<b>5 балів</b>
	Практична робота не виконана, або виконана неправильно	Робота виконана зі значними помилками, в тому числі орфографічними	Робота виконана з незначними помилками, студент не достатньо орієнтується в теоретичному матеріалі	Робота виконана вірно, студент добре орієнтується в теоретичному матеріалі
Практична робота до теми 6. Розробка бюджету рекламної компанії.	<b>0 балів</b>	<b>1-2 бали</b>	<b>3-4 бали</b>	<b>5 балів</b>
	Практична робота не виконана	Робота виконана зі значними помилками, в тому числі орфографічними	Робота виконана з незначними помилками, студент не достатньо орієнтується в теоретичному матеріалі	Робота виконана вірно, студент добре орієнтується в теоретичному матеріалі
Практична робота до теми 7. Сучасні тенденції реклами в українському туристичному бізнесі.	<b>0 балів</b>	<b>1-2 бали</b>	<b>3-4 бали</b>	<b>5 балів</b>
	Практична робота не виконана	Робота виконана зі значними помилками, в тому числі орфографічними	Робота виконана з незначними помилками, студент не достатньо орієнтується в теоретичному матеріалі	Робота виконана вірно, студент добре орієнтується в теоретичному матеріалі
Практична робота до теми 8. Особливості реклами туристичного продукту Сумського регіону.	<b>0 балів</b>	<b>1-2 бали</b>	<b>3-4 бали</b>	<b>5 балів</b>
	Практична робота не виконана	Робота виконана зі значними помилками, в тому числі орфографічними	Робота виконана з незначними помилками, студент не достатньо орієнтується в теоретичному матеріалі	Робота виконана вірно, студент добре орієнтується в теоретичному матеріалі
Модульний контроль (тест множинного вибору)	<b>0-3 бали</b>	<b>4-8 балів</b>	<b>9-12 балів</b>	<b>13-15 балів</b>
	Залежить від кількості вірних відповідей на тест	Залежить від кількості вірних відповідей на тест	Залежить від кількості вірних відповідей на тест	Залежить від кількості вірних відповідей на тест
Іспит	<b>0-5 балів</b>	<b>5-16 балів</b>	<b>17-27 балів</b>	<b>28-30 балів</b>
	Студент погано орієнтується в теоретичному матеріалі.	Студент недостатньо орієнтується в теоретичному матеріалі, відповіді мають значні помилки.	Студент достатньо орієнтується в теоретичному матеріалі, помилки у відповідях не значні.	Студент гарно орієнтується в теоретичному матеріалі, відповідь повна і без, або майже без помилок

## 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	
75-81	C		
69-74	D		
60-68	E	задовільно	
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

### 5.2. Формативне оцінювання

№	Елементи формативного оцінювання	Дата
1	Усне опитування після вивчення кожної теми	Після завершення вивчення теми
2	Усні відповіді на окремі питання під час проведення лекцій та практичних робіт	Протягом всього семестру
3	Аналіз текстів за темами курсу опрацьованих студентом самостійно	Протягом всього семестру
4	Захист практичних робіт	Після здачі роботи
5	Проходження тестування з модульного контролю зі зворотнім зв'язком з викладачем	Відповідно до графіка навчального процесу

## 6. НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ (ЛІТЕРАТУРА)

### 6.1. Основні джерела

1. Альошина В. О. Новини, PR-інформація, реклама : принципи розмежування. Київ : Знання, 2018. 345 с.
2. Брігге С. Маркетинг у туризмі. Київ : Знання-Прес, 2019. 358 с.
3. Вачевський М. В., Вачевський О. М., Стасишин Б. О. Маркетинг: основи теорії і практики. Львів: Каменяр, 2019. 223 с.
4. Кудла Н. Є. Маркетинг туристичних послуг: навч. посіб. Київ : Знання, 2020. 351 с.
5. Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В. І. Основи туристичного бізнесу: навч. посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2016. 272 с.
6. Мунін Г. Б. Маркетинг туризму: навч. посібник. Київ : Вид-во Європ. ун-ту, 2016. 413 с.
7. Мунін Г.Б. Маркетинг турпродукту: навч. посіб. Київ: Кондор, 2019. 364 с.
8. Обрицько Б. А. Реклама і рекламна діяльність: курс лекцій. Київ : МАУП, 2018. 240 с.
9. Правик Ю. М. Маркетинг туризму: навчальний посібник. Київ : Знання, 2018. 352 с.
10. Хавкіна Л. М. Основи рекламної діяльності : навчально-методичний посібник. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2018. 280 с.

### 6.2. Інші джерела

- Аналітичний медіа портал про рекламний ринок, маркетинг, рекламу і ПР [Електронний ресурс]. URL:  
<https://sostav.ua/>
- Закон України «Про рекламу». [Електронний ресурс]. URL:  
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96%D0%B2%D1%80#Text>
- Інтернет-портал ProPR. [Електронний ресурс]. URL:  
<http://propr.com.ua/ru/newspr/ukraine>
- Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації World Tourism Organization. [Електронний ресурс]. URL:  
<https://www.unwto.org/>
- Офіційний сайт Всеукраїнської рекламної коаліції. [Електронний ресурс]. URL:  
<http://vrk.org.ua/ad-market/>
- Офіційний сайт Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського: [Електронний ресурс]. URL:  
<http://www.nbuv.gov.ua>

**РЕЦЕНЗІЯ НА РОБОЧУ ПРОГРАМУ (СИЛАБУС)  
РЕКЛАМОЗНАВСТВО І ПІДГОТОВКА РЕКЛАМНИХ ВИДАНЬ**

<b>Параметр, за яким оцінюється робоча програма (силабус) освітнього компонента гарантом або членом проєктної групи</b>	<b>Так</b>	<b>Ні</b>	<b>Коментар</b>
Результати навчання за освітнім компонентом (ПРН) відповідають НРК	+		
Результати навчання за освітнім компонентом (ДРН) відповідають передбаченим ПРН (для обов'язкових ОК)	+		
Результати навчання за освітнім компонентом дають можливість виміряти та оцінити рівень їх досягнення	+		

Член проєктної групи ОП «Туризм»:

  
(підпис)

Новікова А. В.

(ПІП)

<b>Параметр, за яким оцінюється робоча програма (силабус) освітнього компонента викладачем відповідної кафедри</b>	<b>Так</b>	<b>Ні</b>	<b>Коментар</b>
Загальна інформація про освітній компонент є достатньою	+		
Результати навчання за освітнім компонентом (ДРН) відповідають НРК	+		
Результати навчання за освітнім компонентом (ДРН) дають можливість виміряти та оцінити рівень їх досягнення	+		
Результати навчання (ДРН) стосуються компетентностей студентів, а не змісту дисципліни (містять знання, уміння, навички, а не теми навчальної	+		
Зміст ОК сформовано відповідно до структурно-логічної схеми	+		
Навчальна активність (методи викладання та навчання) дає змогу студентам досягти очікуваних результатів навчання (ДРН)	+		
Освітній компонент передбачає навчання через дослідження, що є доцільним та достатнім для відповідного рівня вищої освіти	+		
Стратегія оцінювання в межах освітнього компонента відповідає політиці Університету/факультету	+		
Передбачені методи оцінювання дозволяють оцінити ступінь досягнення результатів навчання за освітнім компонентом	+		
Навантаження студентів є адекватним обсягу освітнього компонента	+		
Рекомендовані навчальні ресурси є достатніми для досягнення результатів навчання (ДРН)	+		
Література є актуальною	+		
Перелік навчальних ресурсів містить необхідні для досягнення ДРН програмні продукти	+		

Рецензент (викладач кафедри туризму)

  
(підпис)

Спик Л. І.

(ПІП)