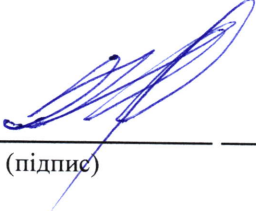


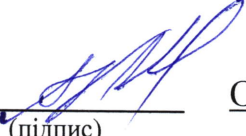
Міністерство освіти і науки України
Сумський національний аграрний університет
Факультет агротехнологій та природокористування
Кафедра туризму

Робоча програма (силабус) освітнього компонента
ВК5. Цифровий маркетинг туристичного бізнесу
(вибірковий)

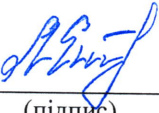
Спеціальність	<u>242 «Туризм і рекреація»</u>
Освітня програма	<u>«Туризм»</u>
Рівень вищої освіти	другий (магістерський)

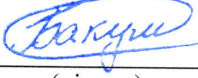
Суми – 2025

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

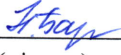
Розглянуто, схвалено та затверджено на засіданні кафедри <u>туризму</u>	протокол №12 від 10.06.2025 року. Завідувач кафедри <u></u> <u>О. В. Коваленко</u> (підпис) (прізвище, ініціали)
---	--

Погоджено:

Гарант освітньої програми  Л. І. Єспик
(підпис) (ПІБ)

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

Рецензія на робочу програму надана:  Л. А. Дяченко (додається)
(підпис) (ПІБ)

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

Зареєстровано в електронній базі: дата 01.07. 2025 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	Цифровий маркетинг туристичного бізнесу		
2.	Факультет/кафедра	Агротехнологій та природокористування / Туризму		
3.	Статус ОК	Вибірковий		
4.	Програма/Спеціальність (програми), складовою яких є ОК для (заповнюється для обов'язкових ОК)	-		
5.	ОК може бути запропонований для (заповнюється для вибіркового ОК)	ОПП «Туризм» Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»		
6.	Семестр та тривалість вивчення	ІІІ семестр, 1-15 тиждень		
7.	Кількість кредитів ЄКТС	5 кредитів (150 годин)		
8.	Загальний обсяг годин та їх розподіл	Контактна робота (заняття) денна / заочна форма навчання		Самостійна робота денна / заочна форма навчання
		Лекційні	Практичні (семінарські)	
		30/2	30/-	-
9.	Мова навчання	українська		
10.	Викладач/Координатор освітнього компонента	Коваленко Олександр Вікторович, к.пед.н., доцент, завідувач кафедри туризму		
11.1	Контактна інформація	Ел. адреса:olexkovalenko@ukr.net, кафедра туризму, ауд. 211e		
11.	Загальний опис освітнього компонента	Освітній компонент спрямований на висвітлення актуальних проблем цифрового маркетингу туристичного бізнесу, на формування загальних і професійних компетенцій фахівця туристичної сфери в умовах стійкого розвитку та високої невизначеності бізнес-середовища.		
12.	Мета освітнього компонента	Забезпечення розуміння студентами основних понять, категорій, систем та алгоритмів цифрового маркетингу туристичного бізнесу, опанування компетентностями з вибору ефективних каналів та інструментів цифрової маркетингової комунікації, інтеграції онлайн та офлайн-маркетингу, оволодіння необхідними навичками роботи з базами даних, програмами, спеціалізованими інформаційними технологіями та системами цифрового маркетингу.		
13.	Передумови вивчення ОК, зв'язок з іншими освітніми компонентами ОП	1. Освітній компонент базується на вивченні таких дисциплін як: Інноваційні технології сфери туризму та рекреації, Цифрові та інформаційні технології в туристичному бізнесі.		
14.	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.		
15.	Ключові слова	Туризм, цифрові технології, цифровий маркетинг, інформаційні відносини, система маркетингу, digital-маркетинг, ринок e-commerce, цифрова реклама в туристичному бізнесі, digital-конкуренція, економіка спільного використання.		

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
ПРН1. Спеціалізовані концептуальні знання, що включають сучасні наукові здобутки, критичне осмислення проблем у сфері туризму та рекреації і на межі галузей знань.	Проведення модульного контролю. Індивідуальні завдання, презентації, доповіді. Уважна перевірка та аналіз виконаних завдань. Написання есе, тез доповідей, статей з дисципліни та проблематики дослідження.
ПРН2. Спеціалізовані уміння/навички розв'язання проблем, необхідні для проведення досліджень та/або провадження інноваційної діяльності з метою розвитку нових знань та процедур у сфері туризму і рекреації.	Проведення модульного контролю. Індивідуальні завдання, презентації, доповіді. Уважна перевірка та аналіз виконаних завдань. Написання есе, тез доповідей, статей з дисципліни та проблематики дослідження.
ПРН3. Застосовувати сучасні цифрові технології, методи та інструменти дослідницької та інноваційної діяльності для розв'язання складних задач у сфері туризму та рекреації.	Проведення модульного контролю. Індивідуальні завдання, презентації, доповіді. Уважна перевірка та аналіз виконаних завдань. Написання есе, тез доповідей, статей з дисципліни та проблематики дослідження.
ПРН9. Розробляти та реалізовувати проекти у сфері туризму та рекреації на засадах економічної, соціальної і екологічної ефективності.	Проведення модульного контролю. Індивідуальні завдання, презентації, доповіді. Уважна перевірка та аналіз виконаних завдань. Написання есе, тез доповідей, статей з дисципліни та проблематики дослідження.

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			Реком. літ-ра	
	Аудиторна робота		Сам. роб.		
	Лк	П.з/ семін			Лаб з.
Тема 1. Основи цифрового маркетингу 1.1. Сутність цифрового маркетингу. 1.2. Історія розвитку цифрового маркетингу. 1.3. Інтернет-маркетинг та цифровий маркетинг: спільне, відмінне, взаємозамінне.	2/2	2		11/18	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
Тема 2. Теоретичні основи інформаційних відносин у суспільстві 2.1. Роль інформації для маркетингових досліджень. Маркетингові інформаційні системи. 2.2. Види та цінність маркетингової інформації. 2.3. Процес збору та інтерпретації маркетингової інформації	4	4		11/19	2, 5, 7, 9
Тема 3. Формування системи маркетингу туристичного підприємства в середовищі інтернету 3.1. Системи електронної комерції в секторі B2B. Корпоративні представництва в Інтернеті. 3.2. Віртуальні підприємства. Інтернет-інкубатори. Мобільна комерція. 3.3. Види монетизації інтернет-ресурсів.	4	4		11/18	1, 3, 4, 6
Тема 4. Digital-маркетинг – основна складова цифрової економіки 4.1. Основи функціонування цифрової економіки. 4.2. E-commerce платформи. 4.3. Цифровізація ланцюгів створення вартості.	4	4		11/19	5, 8
Тема 5. Характеристика ринку e-commerce 5.1. Економічний зміст поняття e-commerce. 5.2. Платіжні системи та додана вартість в e-commerce. 5.3. Переваги та недоліки цифрових ринків.	4	4		11/18	1, 3, 4, 5, 6, 9
Тема 6. Онлайн-платформи та цифрова реклама в туристичному бізнесі 6.1. Бізнес-модель платформ, які фінансуються за рахунок цифрової реклами. 6.2. Пошук, соціальні мережі та їх екосистеми. 6.3. Конкуренція серед пошукових систем.	4	4		11/19	2, 5, 7, 9
Тема 7. Digital-конкуренція на ринку реклами 7.1. Бар'єри для входу та розширення на ринку. 7.2. Неоднорідність Digital-платформ. 7.3. Конкурентні переваги на ринку пошукових систем.	4	4		12/18	1, 3, 4, 6
Тема 8. Економіка спільного використання (Sharing Economy) 8.1. Особливості економіки обміну. 8.2. Економіка обміну на ринку послуг. 8.3. Uber і міська мобільність.	4	4		12/19	4, 5, 8
Всього за семестр	30/2	30		90/148	

4. МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ ТА НАВЧАННЯ

ПРН	Методи викладання (робота, що буде проведена викладачем <u>під час аудиторних занять, консультацій</u>)	Кільк. годин	Методи навчання (які види навчальної діяльності має виконати <u>студент самостійно</u>)	Кільк. годин
ПРН1. Спеціалізовані концептуальні знання, що включають сучасні наукові здобутки, критичне осмислення проблем у сфері туризму та рекреації і на межі галузей знань.	- проведення лекційних занять з використанням мультимедійних презентацій до кожної з тем, проведення практичних робіт; - модерування дискусій за результатами доповідей.	15	- опрацювання незнайомих (нових) термінів; - опрацювання додаткового матеріалу за відповідними темами.	22
ПРН2. Спеціалізовані уміння/навички розв'язання проблем, необхідні для проведення досліджень та/або провадження інноваційної діяльності з метою розвитку нових знань та процедур у сфері туризму і рекреації.	- проведення лекційних занять з використанням мультимедійних презентацій до кожної з тем та практичних робіт з елементами аналізу життєвих ситуацій.	15	- опрацювання додаткового матеріалу за відповідними темами; - аналіз проведеної роботи під час виконання практичних завдань та підготовка до захисту практичних робіт; - написання есе та тез доповідей.	23
ПРН3. Застосовувати сучасні цифрові технології, методи та інструменти дослідницької та інноваційної діяльності для розв'язання складних задач у сфері туризму та рекреації.	- проведення лекційних занять з використанням мультимедійних презентацій; - перевірка мультимедійних презентацій, есе, тез доповідей.	15	- опрацювання додаткового матеріалу за відповідними темами; - - аналіз проведеної роботи під час виконання практичних завдань та підготовка до захисту практичних робіт.	22
ПРН9. Розробляти та реалізовувати проекти у сфері туризму та рекреації на засадах економічної, соціальної і екологічної ефективності.	- проведення лекційних занять з використанням мультимедійних презентацій та практичних робіт; - модерування дискусій за результатами доповідей.	15	- опрацювання додаткового матеріалу за відповідними темами; - аналіз проведеної роботи під час виконання практичних завдань та підготовка до захисту практичних робіт, - написання есе та/або тез доповідей.	23
Всього годин		60		90

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 1. Основи цифрового маркетингу. Створення понятійного глосарію. Есе або презентація з теми заняття.	8 балів /8%	До 3 тижня
2.	Практична робота 2. Теоретичні основи інформаційних відносин у суспільстві. Створення понятійного глосарію. Есе або презентація з теми заняття.	9 балів /9%	До 4 тижня
3.	Практична робота 3. Формування системи маркетингу туристичного підприємства в середовищі інтернету. Створення понятійного глосарію. Есе або презентація з теми заняття.	9 балів /9%	До 5 тижня
4.	Практична робота 4. Digital-маркетинг – основна складова цифрової економіки. Тези доповіді або презентація на задану тему із конкретними прикладами кращих практик.	9 балів /9%	До 6 тижня
5.	Модульний контроль (тест множинного вибору)	15 балів /15%	До 7 тижня
6.	Практична робота 5. Характеристика ринку e-commerce. Створення понятійного глосарію. Есе або презентація з теми заняття.	8 балів /8%	До 10 тижня
7.	Практична робота 6. Онлайн-платформи та цифрова реклама в туристичному бізнесі. Створення понятійного глосарію. Есе або презентація з теми заняття.	9 балів /9%	До 12 тижня
8.	Практична робота 7. Digital-конкуренція на ринку реклами. Тези доповіді або презентація на задану тему із конкретними прикладами.	9 балів /9%	До 13 тижня
9.	Практична робота 8. Економіка спільного використання (Sharing Economy). Складання презентації та есе на тему: «Sharing Economy».	9 балів /9%	До 14 тижня
10.	Модульний контроль (тест множинного вибору)	15 балів /15%	До 15 тижня

5.2.1. Критерії оцінювання

Компонент	Незадовільно	Задовільно	Добре	Відмінно
Практична робота до теми 1. Основи цифрового маркетингу.	0 балів	1-4 бали	5-6 балів	7-8 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
Практичні роботи до теми 2. Теоретичні основи інформаційних відносин у суспільстві.	0 балів	1-4 бали	5-7 балів	8-9 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

Практичні роботи до теми 3. Формування системи маркетингу туристичного підприємства в середовищі інтернету.	0 балів	1-4 бали	5-7 балів	8-9 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
Практичні роботи до теми 4. Digital-маркетинг – основна складова цифрової економіки.	0 балів	1-4 бали	5-7 балів	8-9 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	Робота виконана вірно, студент добре орієнтується в теоретичному матеріалі
Модульний контроль (тест множинного вибору).	0-3 бали	4-8 балів	9-12 балів	13-15 балів
	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
Практичні роботи до теми 5. Характеристика ринку e-commerce.	0 балів	1-4 бали	5-6 балів	7-8 балів
	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
Практичні роботи до теми 6. Онлайн-платформи та цифрова реклама в туристичному бізнесі.	0 балів	1-4 бали	5-7 балів	8-9 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
Практичні роботи до теми 7. Digital-конкуренція на ринку реклами.	0 балів	1-4 бали	5-7 балів	8-9 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
Практичні роботи до теми 8. Економіка спільного використання (Sharing Economy).	0 балів	1-4 бали	5-7 балів	8-9 балів
	Практична робота не виконана	Робота виконана зі значними помилками, в тому числі орфографічними	Робота виконана з незначними помилками, студент не достатньо орієнтується в	Робота виконана вірно, студент добре орієнтується в теоретичному матеріалі

			теоретичному матеріалі	
Модульний контроль (тест множинного вибору).	0-3 бали	4-8 балів	9-12 балів	13-15 балів
	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

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

5.3. 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. Афанасьєва О. П. Інтернет-маркетинг: Опорний конспект лекцій. Харків, Харківський державний університет харчування і торгівлі, 2020. 142 с.
2. Борисова Т. М. Комплексний Інтернет-маркетинг: навч. посіб. Тернопіль: ЗУНУ, 2022. 272 с.
3. Карпенко Н. В. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст. Київ: Центр учбової літератури, 2021. 252 с.
4. Маркетинг у цифровому середовищі: підручник / Н. Є. Летуновська, Л. М. Хоменко, О. В. Люльов та ін.; за заг. ред. Н. Є. Летуновської, Л.М. Хоменко. Суми: Сумський державний університет, 2021. 259 с.
5. Слободяник А. М., Могилевська О. Ю., Романова Л. В., Салькова І. Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. Київ. КиМУ, 2022. 228 с.
6. Хенлон Е. Цифровий маркетинг: стратегічне планування та інтеграція. Київ: Кондор, 2023. 416 с.
7. Цифрова економіка: підручник / Т. І. Олешко, Н. В. Касьянова, С. Ф. Смерічевський та ін. Київ: НАУ, 2022. 200 с.
8. Цифровий маркетинг – модель маркетингу ХХІ сторіччя: монографія / авт. кол.: М. А. Окландер, Т. О. Окландер, О. І. Яшкіна [та ін.]; за ред. д.е.н., проф. М. А. Окландера. Одеса: Астропринт, 2020. 292 с.
9. Чаффі Д., Сміт П. Досконалість цифрового маркетингу: планування, оптимізація та інтеграція інтернет-маркетингу. 5-те видання. 2022. 691 с.

6.2. Додаткові джерела

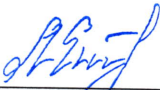
- Аналіз цифрового маркетингу URL: <https://profiletree.com/digital-marketing-analysis/>
- Види контекстної реклами та її роль для бізнесу. URL: <https://webprofit.com.ua/vydy-kontekstnoyi-reklamy-ta-yiyi-rol-dlya-biznesu/>
- Сучасні інструменти цифрового маркетингу URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_30/1/36.pdf
- Цифровий маркетинговий аналіз URL: <https://websurgenow.com/digital-marketing-analysis/>
- Що таке email маркетинг? Керівництво. URL: <https://sendpulse.ua/ru/support/glossary/email-marketing>
- Як не потрапити у СПАМ під час email-розсилки: чек-лист. URL: <https://lemarbet.com.ua/instrument-idej/kak-ne-popast-v-spam-rassylke/>
- Як правильно оцінити ефективність контекстної реклами? URL: <https://promodo.ua/ua/blog/kak-pravilno-otsenit-effektivnost-kontekstnoj-reklamy.html>
- Andersson L. Directing Digitalisation: Guidelines for Boards and Executives. URL: <http://www.thisfluidworld.com/wp-content/uploads/2017/02/>
- Hussung T. From storefronts to search engines: a history of e-commerce. CSP. URL: <https://online.csp.edu/blog/business/history-of-ecommerce>

**РЕЦЕНЗІЯ НА РОБОЧУ ПРОГРАМУ (СИЛАБУС)
ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ**

Параметр, за яким оцінюється робоча програма (силабус) освітнього компонента гарантом або членом проєктної групи	Так	Ні	Коментар
Результати навчання за освітнім компонентом (ДРН) 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:

Єпик Л. І.
(ПІП)


(Підпис)

Параметр, за яким оцінюється робоча програма (силабус) освітнього компонента викладачем відповідної кафедри	Так	Ні	Коментар
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)

Дяченко Л. А.
(ПІП)


(Підпис)