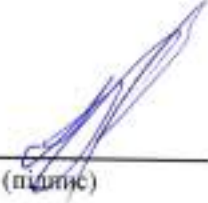


Міністерство освіти і науки України
Сумський національний аграрний університет
Факультет агротехнологій та природокористування
Кафедра туризму

Робоча програма (силабус) освітнього компонента
ОК25. Інтернет-маркетинг та рекламна діяльність в туризмі
(обов'язковий)

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

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

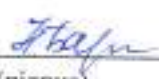
Розглянуто, схвалено та затверджено на засіданні кафедри <u>туризму</u>	протокол №12 від 10.06.2025 року, Завідувач кафедри <u></u> <u>О. В. Коваленко</u> (підпис) (прізвище, ініціали)
---	--

Погоджено:

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

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

Рецензія на робочу програму надана:  Л. І. Єспик (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	Інтернет-маркетинг та рекламна діяльність в туризмі		
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 і рекреація»		
5.	ОК може бути запропонований для (заповнюється для вибіркових ОК)	-		
6.	Семестр та тривалість вивчення	VI семестр, 1-15 тиждень		
7.	Кількість кредитів ЄКТС	4 кредити (120 годин)		
8.	Загальний обсяг годин та їх розподіл	Контактна робота (заняття) денна форма навчання		Самостійна робота денна форма навчання
		Лекційні	Практичні (семінарські)	
		30	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	Теоретична та практична підготовка студентів спеціальності «Туризм і рекреація» з питань рекламної діяльності у туристичному бізнесі, щодо різних форм її функціонування, в тому числі і цифрової реклами у мережі Інтернет.		
12.	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.		
13.	Передумови вивчення ОК, зв'язок з іншими освітніми компонентами ОП	1. Освітній компонент базується на вивченні таких дисциплін як: Основи туризмознавства, Мультимедійні та інформаційні технології в туризмі. 2. Освітній компонент є основою для: Менеджмент та бізнес-планування в туризмі, Туроперейтинг, Організація ресторанного та готельного господарства.		
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, маркетинг, інтернет-маркетинг, цифровий маркетинг, реклама, рекламна діяльність в туризмі, реклама туристичних послуг, маркетингові технології, комунікаційні та інноваційні технології маркетингу.		

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
ПР02. 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.
ПР07. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт.	Проведення модульного контролю. Індивідуальні завдання, презентації, доповіді. Уважна перевірка та аналіз виконаних завдань. Написання рефератів, есе, планів-конспектів з дисципліни.
ПР8. Ідентифікувати туристичну документацію та вміти правильно нею користуватися.	Проведення модульного контролю. Індивідуальні завдання, презентації, доповіді. Уважна перевірка та аналіз виконаних завдань. Написання рефератів, есе, планів-конспектів з дисципліни.
ПР10. 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.
ПР13. Встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей.	Проведення модульного контролю. Індивідуальні завдання, презентації, доповіді. Уважна перевірка та аналіз виконаних завдань. Написання рефератів, есе, планів-конспектів з дисципліни.
ПР21. Приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності.	Проведення модульного контролю. Індивідуальні завдання, презентації, доповіді. Уважна перевірка та аналіз виконаних завдань. Написання рефератів, есе, планів-конспектів з дисципліни.
ПР23. Вміня просувати вітчизняний та регіональний туристичний продукт на внутрішній та зовнішній ринок послуг.	Проведення модульного контролю. Індивідуальні завдання, презентації, доповіді. Уважна перевірка та аналіз виконаних завдань. Написання рефератів, есе, планів-конспектів з дисципліни.
ПР24. Застосовувати практичні навички у формуванні турпродукту сільського зеленого туризму з урахуванням наявних туристичних та рекреаційних ресурсів регіону.	Проведення модульного контролю. Індивідуальні завдання, презентації, доповіді. Уважна перевірка та аналіз виконаних завдань. Написання рефератів, есе, планів-конспектів з дисципліни.
ПР25. Поширювати природоохоронне ставлення до довкілля шляхом розробки та реалізації екологічних турів.	Проведення модульного контролю. Індивідуальні завдання, презентації, доповіді. Уважна перевірка та аналіз виконаних завдань. Написання рефератів, есе, планів-конспектів з дисципліни.

3. ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА (ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ)

Тема, Перелік питань, що будуть розглянуті в межах теми	Розподіл в межах загального бюджету часу. <i>Денна форма навчання</i>			Рекомендована література
	Аудиторна робота		Самост. робота	
	Лк	П.з/ семін	Лаб з.	
Тема 1. Сутність туристичного маркетингу. 1. Особливості туристичного маркетингу. 2. Сучасні тенденції в туристичній сфері.	2	2		8 1, 2, 8, 10
Тема 2. Організація і структура рекламного процесу. 1. Особливості рекламної діяльності в туристичній сфері. 2. Етапи організації рекламного процесу в туризмі. 3. Структура учасників рекламного процесу.	4	4		7 2, 4, 6, 7, 9
Тема 3. Теоретичні аспекти використання інтернет-маркетингу в діяльності туристичних підприємств. 1. Поняття, види і основні функції Інтернет-технологій в туристичній галузі. 2. Основи Інтернет-маркетингу і його використання. 3. Етапи Інтернет-маркетингу в діяльності туристичних підприємств.	4	4		8 3, 5, 7, 10
Тема 4. Практичне значення інтернет-маркетингу в туристичній діяльності. 1. Порівняльна характеристика використання традиційного та цифрового маркетингу. 2. Місце цифрових технологій в туристичній галузі України. 3. Досвід застосування Інтернет маркетингу в світі.	4	4		7 1, 2, 6, 8, 9, 10
Тема 5. Web-сайти та Seo-технології: характеристика та методи використання в рекламі туристичних послуг. 1. Значення web-сайтів у рекламі туристичних послуг. 2. SEO-технології: сутність, принципи та особливості застосування в туризмі. 3. Методи інтеграції SEO та контент-маркетингу для ефективної туристичної реклами.	4	4		8 3, 4, 5, 7, 9
Тема 6. Комунікаційні та інноваційні технології в маркетингу туризму. 1. Маркетингові інструменти комунікацій у сфері туризму. 2. Методи стимулювання збуту туристичного продукту. 3. PR-заходи в туристичній галузі.	4	4		7 1, 2, 3, 8, 9, 10
Тема 7. Сучасні тенденції реклами в українському туристичному бізнесі. 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 4, 6, 7, 9, 10
Тема 8. Особливості розвитку туристичної галузі завдяки інтернет-маркетингу та рекламі. 1. Новітні форми Інтернет-маркетингу. 2. Перспективи використання Інтернет-маркетингу українськими туристичними підприємствами. 3. Пропозиції щодо підвищення ефективності заходів Інтернет-маркетингу в діяльності туристичних підприємств.	4	4		7 1, 2, 3, 8, 9, 10
Всього за семестр	30	30		60

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
ПР02. 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 лекційних занять з використанням мультимедійних презентацій, проведення практичних робіт	6	- опрацювання незнайомих (нових) термінів, - опрацювання додаткового матеріалу за відповідними темами	7
ПР07. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт.	- проведення лекційних занять з використанням мультимедійних презентацій та практичних робіт з використанням фізичних карт	7	- опрацювання додаткового матеріалу за відповідними темами, - аналіз проведеної роботи під час виконання практичних завдань та підготовка до захисту практичних робіт	7
ПР8. Ідентифікувати туристичну документацію та вміти правильно нею користуватися.	- проведення лекційних занять з використанням мультимедійних презентацій та практичних розрахункових робіт з елементами аналізу життєвих ситуацій	7	- 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	6
ПР10. 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	7	- опрацювання додаткового матеріалу за відповідними темами, - аналіз проведеної роботи під час виконання практичних завдань та підготовка до захисту практичних робіт	6
ПР13. Встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей.	- проведення лекційних занять з використанням мультимедійних презентацій та практичних розрахункових робіт з елементами аналізу життєвих ситуацій	7	- опрацювання додаткового матеріалу за відповідними темами, - аналіз проведеної роботи під час виконання практичних завдань та підготовка до захисту практичних робіт, - написання рефератів	7

			та/або тез доповідей	
ПР21. Приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності.	- проведення лекційних занять з використанням мультимедійних презентацій, проведення практичних робіт	6	- опрацювання незнайомих (нових) термінів, - опрацювання додаткового матеріалу за відповідними темами	7
ПР23. Вміння просувати вітчизняний та регіональний туристичний продукт на внутрішній та зовнішній ринок послуг.	- проведення лекційних занять з використанням мультимедійних презентацій та практичних робіт з використанням фізичних карт	7	- опрацювання додаткового матеріалу за відповідними темами, - аналіз проведеної роботи під час виконання практичних завдань та підготовка до захисту практичних робіт	6
ПР24. Застосовувати практичні навички у формуванні турпродукту сільського зеленого туризму з урахуванням наявних туристичних та рекреаційних ресурсів регіону.	- проведення лекційних занять з використанням мультимедійних презентацій та практичних розрахункових робіт з елементами аналізу життєвих ситуацій	7	- 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	7
ПР25. Поширювати природоохоронне ставлення до довкілля шляхом розробки та реалізації екологічних турів.	- проведення лекційних занять з використанням мультимедійних презентацій та практичних розрахункових робіт з елементами аналізу життєвих ситуацій	6	- опрацювання додаткового матеріалу за відповідними темами, - аналіз проведеної роботи під час виконання практичних завдань та підготовка до захисту практичних робіт	7
Всього годин		60		60

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. Сутність туристичного маркетингу. Створення понятійного глосарію. Есе або презентація з теми значення маркетингу в сфері туризму.	8 балів /8%	До 3 тижня
2.	Практична робота 2. Організація і структура рекламного процесу. Створення понятійного глосарію. Есе або презентація з теми значення реклами в сфері туризму.	9 балів /9%	До 4 тижня
3.	Практична робота 3. Теоретичні аспекти використання інтернет-маркетингу в діяльності туристичних підприємств Есе «Інтернет-маркетинг». Складання презентації із прикладами використання інтернет-маркетингу світовими та вітчизняними туроператорами та іншими гравцями туристичного ринку.	9 балів /9%	До 5 тижня
4.	Практична робота 4. Практичне значення інтернет-маркетингу в туристичній діяльності. 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. Web-сайти та Seo-технології: характеристика та методи використання в рекламі туристичних послуг. Створення понятійного глосарію. Есе або презентація з теми. Робота з інтернет-сайтами та соціальними мережами, мобільними додатками туристичного спрямування.	8 балів /8%	До 10 тижня
7.	Практична робота 6. Комунікаційні та інноваційні технології в маркетингу туризму. Створення понятійного глосарію. Есе або презентація з теми значення маркетингу в сфері туризму.	9 балів /9%	До 12 тижня
8.	Практична робота 7. Сучасні тенденції реклами в українському туристичному бізнесі. Тези доповіді або презентація на задану тему із конкретними прикладами кращих практик. Робота із мережею Інтернет та мобільними додатками.	9 балів /9%	До 13 тижня
9.	Практична робота 8. Особливості розвитку туристичної галузі завдяки інтернет-маркетингу та рекламі. Складання презентації із прикладами використання інтернет-маркетингу і реклами, їх вплив на галузь туризму. Есе на тему: «Вплив на галузь туризму реклами в мережі інтернет».	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 1. Сутність туристичного маркетингу. Створення понятійного глосарію. Есе або презентація з теми значення маркетингу в сфері туризму.	0 балів Практична робота не виконана	1-3 бали Робота виконана зі значними помилками, в тому числі орфографічними	4-6 балів Робота виконана з незначними помилками, студент не достатньо орієнтується в теоретичному матеріалі	7-8 балів Робота виконана вірно, студент добре орієнтується в теоретичному матеріалі
Практична робота 2.	0 балів	1-3 бали	4-7 балів	8-9 балів

Організація і структура рекламного процесу. Створення понятійного глосарію. Есе або презентація з теми значення реклами в сфері туризму.	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 3. Теоретичні аспекти використання інтернет-маркетингу в діяльності туристичних підприємств. Есе «Інтернет-маркетинг». Складання презентації із прикладами використання інтернет-маркетингу світовими та вітчизняними туроператорами та іншими гравцями туристичного ринку.	0 балів	1-3 бали	4-7 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
Практична робота 4. Практичне значення інтернет-маркетингу в туристичній діяльності. Тези доповіді або презентація на задану тему із конкретними прикладами кращих практик.	0 балів	1-3 бали	4-7 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 теор. матеріалі	Робота виконана вірно, студент добре орієнтується в теоретичному матеріалі
Модульний контроль (тест множинного вибору)	0-3 бали	4-7 балів	8-13 балів	14-15 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
Практична робота 5. Web-сайти та Seo-технології: характеристика та методи використання в рекламі туристичних послуг. Створення понятійного глосарію. Есе або презентація з теми. Робота з інтернет-сайтами та соціальними мережами, мобільними додатками туристичного спрямування.	0 балів	1-3 бали	4-6 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
Практична робота 6. Комунікаційні та інноваційні технології в маркетингу туризму. Створення понятійного глосарію. Есе або презентація з теми значення маркетингу в сфері туризму.	0 балів	1-3 бали	4-7 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 теоретичн матеріалі	Робота виконана вірно, студент добре орієнтується в теоретичному матеріалі
Практична робота 7. Сучасні тенденції реклами в українському туристичному	0 балів	1-3 бали	4-7 балів	8-9 балів
	Практична робота не	Робота виконана зі значними	Робота виконана з незначними	Робота виконана вірно,

бізнесі. Тези доповіді або презентація на задану тему із конкретними прикладами кращих практик. Робота із мережею Інтернет та мобільними додатками.	виконана	помилками, в тому числі орфографічними	помилками, студент не достатньо орієнтується в теоретичному матеріалі	студент добре орієнтується в теоретичному матеріалі
Практична робота 8. Особливості розвитку туристичної галузі завдяки інтернет-маркетингу та рекламі. Складання презентації із прикладами використання інтернет-маркетингу і реклами, їх вплив на галузь туризму. Есе на тему: «Вплив на галузь туризму реклами в мережі інтернет».	0 балів	1-3 бали	4-7 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
Модульний контроль (тест множинного вибору)	0-3 бали	4-7 балів	8-13 балів	14-15 балів
	Залежить від кількості вірних відповідей	Залежить від кількості вірних відповідей тесту	Залежить від кількості вірних відповідей на тест	Залежить від кількості вірних відповідей

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проєкту (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. Андрущенко О. С. Організація туристичної діяльності : конспект лекцій. Одеса, Одеський державний екологічний університет, 2022. 144 с.
2. Брігге С. Маркетинг у туризмі. Київ : Знання-Прес, 2020. 358 с.
3. Грабар М.В. Інформаційні системи і технології в туризмі : навчальний посібник. Ужгород : УжНУ, 2020. 168 с.
4. Гуцол А. Інноваційні технології в туризмі : підручник. Сєверодонецьк : ПП «Поліграф-Сервіс», 2021. 343 с.
5. Джинджоян В. В., Тесленко Т. В., Горб К. М. Інноваційні технології в туризмі та гостинності : навчальний посібник. Київ : Видавництво «Каравела», 2022. 340 с.
6. Коваленко О. В. Курс лекцій, рекомендації щодо організації практичних занять та самостійної роботи студентів з дисципліни «Інтернет-маркетинг та рекламна діяльність в туризмі»: навчальне видання для студентів спеціальності «Туризм та рекреація», денної та заочної форми навчання освітнього ступеня «бакалавр» / укладач О. В. Коваленко. Суми, 2025. 116 с.
7. Кудла Н. С. Маркетинг туристичних послуг: навч. посіб. Київ : Знання, 2020. 351 с.
8. Мунін Г. Б. Маркетинг туризму: навчальний посібник. Київ : Вид-во Європ. ун-ту, 2022. 413 с.
9. Правик Ю. М. Маркетинг туризму: навчальний посібник. Київ : Знання, 2021. 352 с.
10. Хавкіна Л. М. Основи рекламної діяльності : навчально-методичний посібник. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. 280 с.

6.2. Додаткові джерела

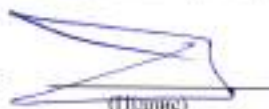
- Альошина В. О. Новини, PR-інформація, реклама : принципи розмежування. Київ : Знання, 2021. 345 с.
- Брич В. Я. Організація туризму: підручник. Тернопіль: ТНЕУ, 2021. 448с.
- Вачевський М. В., Вачевський О. М., Стасишин Б. О. Маркетинг: основи теорії і практики. Львів: Каменярь, 2021. 223 с.
- Гаврилов В. П. Інформаційні системи і технології в туризмі : навчальний посібник. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2020. 168 с.
- Лисенко В. М. Інформаційні технології в туризмі : навчальний посібник. Київ : Міжнародний університет розвитку людини «Україна», 2020. 98 с.
- Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В. І. Основи туристичного бізнесу : навч. посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2020. 272 с.
- Мунін Г. Б. Маркетинг турпродукту: навчальний посібник. Київ: Кондор, 2023. 364 с.
- Обрицько Б. А. Реклама і рекламна діяльність: курс лекцій. Київ : МАУП, 2022. 240 с.
- Скрипченко І. Т. Інноваційні технології в туризмі : навчальний посібник. Дніпро : Журфонд, 2021. 137 с.
- Шаховська Н. Б., Камінський Р. М., Вовк О. Б. Системи штучного інтелекту: навчальний посібник. Львів : Львівська політехніка. 2020. 392 с.

**РЕЦЕНЗІЯ НА РОБОЧУ ПРОГРАМУ (СИЛАБУС)
ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ТА РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ В ТУРИЗМІ**

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:

Дяченко Л. А.
(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)

Єпик Л. І.
(ПІП)


(Підпис)