

Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка  
Природничо-економічний факультет  
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи



Вероніка БУТОРІНА

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Рекламна діяльність підприємств туризму та гостинності**

для підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
мова навчання *українська*

2024 – 2025 навчальний рік

Розробник програми:

**Вероніка БУТОРІНА**, кандидат економічних наук, доцент, доцент  
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи

Ухвалено на засіданні кафедри туризму та готельно-ресторанної справи  
Протокол № 10 від «26» серпня 2025 року

## **Зміст робочої програми навчальної дисципліни**

### **1. Мета вивчення навчальної дисципліни**

Метою навчальної дисципліни «Рекламна діяльність підприємств туризму та гостинності» є засвоєння студентами видів реклами і PR, особливостей рекламних і PR-технологій, механізмів їх створення та впливу у сфері бізнесу. Запропонований курс спрямований на формування знань, умінь та навичок у здобувачів вищої освіти щодо теоретико-комунікативних та практичних основ сутності, типів, видів і форм реклами підприємств туризму та гостинності.

### **2. Обсяг дисципліни**

Найменування показників	Характеристика навчальної дисципліни
	денна форма здобуття вищої освіти
Рік навчання	2025-2026 н.р.
Семестр вивчення	парний
Кількість кредитів ЄКТС	3
Загальний обсяг годин	90
Кількість годин навчальних занять	30
Лекційні заняття	16
Практичні заняття	14
Самостійна та індивідуальна робота	60
Форма семестрового контролю	Залік

**3. Статус дисципліни** – вибірковий освітній компонент професійної підготовки.

### **4. Передумови для вивчення навчальної дисципліни**

Дисципліна вільного вибору студента.

### **5. Програмні компетентності навчання**

У результаті вивчення дисципліни студент повинен знати:

- основні поняття, тлумачення і терміни реклами та PR;
- принципи, функції і завдання реклами і PR у сферах туризму та гостинності;
- типи, категорії, види реклами і PR та їх форми і жанри;
- регулювання реклами і зв'язків з громадськістю підприємствами туризму та гостинності;
- ринок реклами і зв'язків з громадськістю;
- діяльність підрозділів і учасників PR і рекламного ринку та бізнесу;
- історію становлення та розвитку PR;
- сутність PR та психологічні особливості цього явища;
- особливості створення інформації PR, взаємодія PR та ЗМІ, участь індивідів,

груп, владних структур у створенні цього продукту;

## **6. Програмні результати з дисципліни**

У результаті вивчення дисципліни студент **повинен вміти:**

- тлумачити і виокремлювати рекламу та PR;
- обирати відповідні типи, категорії, реклами та PR як оптимально-ефективні ринкові промоції у сферах туризму та гостинності;
- застосовувати види, форми реклами та PR для просування ринкових об'єктів туристичного бізнесу і бізнесу у сфері готельно-ресторанного господарства;
- розробляти та надавати рекомендації щодо організації та проведення рекламних і PR-акцій;
- розробляти рекомендації щодо створення і підтримки позитивного іміджу підприємства.

**7. Методи навчання.** Словесні, наочні методи; дедуктивний, індуктивний, аналітичний, метод порівняння, узагальнення, конкретизація; пояснювально-ілюстративний метод, демонстрація, метод проблемного викладу матеріалу (кейс-метод, панельні лекції, проблемні методи навчання, метод «ажурна пилка», робота малими групами)..

## **8. Засоби діагностики результатів навчання**

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання з навчальної дисципліни є опитування, виконання завдань для практичних занять, тести, зокрема із використанням модульного об'єктно-орієнтованого динамічного навчального середовища Moodle, модульна контрольна робота, студентські презентації.

## 9. Програма навчальної дисципліни

### Денна форма здобуття вищої освіти

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин			
	разом	у тому числі		
		лекційні заняття	практичні заняття	самостійна робота
<b>ЗМ 1. Рекламна діяльність підприємств туризму та гостинності</b>				
Тема 1. Реклама в системі маркетингу	10	2	-	8
Тема 2. Рекламна кампанія підприємства туризму та гостинності.	10	2	2	6
Тема 3. Рекламні звернення та ефективні рекламні засоби	10	2	2	6
Тема 4. Колаж та рекламний ролик.	10	2	2	6
Тема 5. Сутність, зміст та історія розвитку PR.	10	-	2	8
Тема 6. Психологічні аспекти PR-технологій.	10	2	2	6
Тема 7. Вимоги до створення інформаційного продукту PR.	10	2	2	6
Тема 8. Організація та технологічні особливості PR-кампаній.	10	2	-	8
Тема 9. Кризовий PR. Формування іміджу підприємства туризму та гостинності	10	2	2	6
<b>Разом годин</b>	<b>90</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>60</b>

## 10. Форми поточного, семестрового та підсумкового контролю

*Поточний контроль* – аудиторна робота. Знання, вміння та навички студентів оцінюються через визначення якості виконання конкретизованих завдань. Кількісна оцінка певного поточного контролю за конкретним видом навчального заняття визначається як сума балів за окремі види навчальної роботи. Максимальна кількість балів, яку може отримати студент за результатами поточного контролю – 40.

Органічною складовою навчального процесу є *контроль знань* здобувачів. До основних завдань контролю знань належать:

- підвищення мотивації студентів до систематичної активної роботи впродовж навчального року, переорієнтація їхніх цілей з отримання позитивної оцінки на формування стійких знань, умінь та навичок;
- систематизація знань та активне їх засвоєння упродовж навчального року;
- недопущення розриву між завданнями, що виносяться для контролю і програмою дисципліни;
- відкритість контролю: ознайомлення студентів на початку вивчення дисципліни з контрольними завданнями та всіма формами контрольних заходів і критеріями їх оцінювання;
- подолання елементів суб'єктивізму при оцінюванні знань, що

забезпечується складанням контрольних завдань та іспитів у письмовій формі із застосуванням 100-бальної шкали оцінювання;

– забезпечення належних умов вивчення програмного матеріалу і підготовки до контрольних заходів, що досягаються шляхом чіткого їх розмежування за змістом й у часі;

– розширення можливостей для всебічного розкриття здібностей студентів, розвитку їх творчого мислення та підвищення ефективності роботи викладацького складу.

Враховуючи специфіку навчальної дисципліни «Менеджмент у туризмі» були визначені наступні *форми контролю*:

– написання студентом інформаційного повідомлення та доповідь за його тематикою на практичному занятті;

– перевірка конспекту на практичних заняттях;

– усне обговорення теоретичного матеріалу, винесеного на самостійне опрацювання;

– усне обговорення виконання тестів для самоперевірки знань студентом;

– написання тестів для проміжного контролю на практичних заняттях, до складу яких включаються також питання, винесені на самостійне опрацювання;

– написання письмового експрес-опитування (економічного диктанту), до складу яких включаються також питання, винесені на самостійне опрацювання.

Завданням поточного контролю є перевірка розуміння та засвоєння певного матеріалу, вироблених навичок проведення творчих робіт, умінь самостійно опрацьовувати теоретичний та практичний матеріал, здатності осмислити зміст теми чи розділу, умінь публічно чи письмово представити певний матеріал (презентація).

## 11. Критерії оцінювання результатів навчання

**Структура оцінювання предмету «Рекламна діяльність підприємств туризму та гостинності»:**

Поточний і модульний контроль (100 балів)			Сума
Змістовий модуль (100 балів)			100 балів
Поточний контроль	МКР	Самостійна та індивідуальна робота	
40 балів	40 балів	20 балів	

### Критерії оцінювання практичного заняття

Поточний контроль проводиться з метою перевірки рівня підготовки здобувачів вищої освіти за визначеною темою; забезпечення зворотного зв'язку між викладачем та здобувачами вищої освіти, управління навчальною мотивацією здобувачів.

Оцінювання на практичних заняттях відбувається за 12 бальною системою відповідно до критеріїв, визначених «Положенням про рейтингову систему оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка» (нова редакція). Максимальний бал оцінки поточної успішності здобувачів вищої освіти на навчальних заняттях рівний 12.

URL:

[https://drive.google.com/file/d/1aD\\_jeL-](https://drive.google.com/file/d/1aD_jeL-)

Відповіді здобувачів вищої освіти на практичних заняттях оцінюються за 12-бальною системою за наступними критеріями:

Рівні навчальних досягнень	Оцінка в балах (за 12-бальною шкалою)	Критерії оцінювання
Початковий (понятійний)	1	Здобувач вищої освіти володіє навчальним матеріалом на рівні засвоєння окремих термінів, фактів без зв'язку між ними: відповідає на запитання, які потребують відповіді „так” чи „ні”.
	2	Здобувач вищої освіти не достатньо усвідомлює мету навчально-пізнавальної діяльності, робить спробу знайти способи дій, розповісти суть заданого, проте відповідає лише за допомогою викладача на рівні „так” чи „ні”; може самостійно знайти в підручнику відповідь.
	3	Здобувач вищої освіти намагається аналізувати на основі елементарних знань і навичок; виявляє окремі закономірності; робить спроби виконання вправ і завдань репродуктивного характеру; за допомогою викладача виконує прості вправи за готовим алгоритмом.
Середній (репродуктивний)	4	Здобувач вищої освіти володіє початковими знаннями, здатний виконати вправи і завдання за зразком; орієнтується в термінах, поняттях, визначеннях; самостійне опрацювання навчального матеріалу викликає значні труднощі.
	5	Здобувач вищої освіти розуміє суть навчальної дисципліни, може дати визначення понять, категорій (однак з окремими помилками); вміє працювати з конспектом лекцій, самостійно опрацьовувати частину навчального матеріалу; виконує прості вправи і завдання за алгоритмом, але окремі висновки є нелогічними та непослідовними.
	6	Здобувач вищої освіти розуміє основні положення навчального матеріалу, може поверхнево аналізувати цифрові явища, робить певні висновки; відповідь може бути правильною, проте недостатньо осмисленою; самостійно відтворює більшу частину матеріалу; вміє застосовувати знання під час виконання вправ і завдань за алгоритмом, послуговуватися додатковими джерелами.
Достатній (алгоритмічно дієвий)	7	Здобувач вищої освіти правильно і логічно відтворює навчальний матеріал, оперує базовими поняттями, встановлює причинно-наслідкові зв'язки між ними; вміє наводити приклади на підтвердження певних думок, застосовувати теоретичні знання у стандартних ситуаціях; самостійно користуватися додатковими джерелами; правильно використовувати термінологію; складати таблиці, схеми. Здобувач дотримується принципів академічної доброчесності.
	8	Знання здобувача досить повні, він вільно застосовує вивчений матеріал у стандартних ситуаціях; вміє аналізувати, робити висновки; відповідь повна, логічна, обґрунтована, однак з окремими неточностями; вміє самостійно працювати, може підготувати реферат і обґрунтувати його положення. Здобувач дотримується принципів академічної доброчесності.
	9	Здобувач вищої освіти вільно володіє вивченим матеріалом, застосовує знання у дещо змінених ситуаціях, вміє аналізувати і систематизувати інформацію, робить аналітичні висновки, використовує загальновідомі докази у власній аргументації; чітко тлумачить поняття, категорії; може самостійно опрацьовувати матеріал, виконує прості творчі завдання; має сформовані типові навички. Здобувач дотримується принципів академічної

		доброчесності.
Високий (творчо-професійний)	10	Здобувач вищої освіти володіє глибокими і міцними знаннями та використовує їх у нестандартних ситуаціях; може визначати особливості цифрових процесів; робить аргументовані висновки; самостійно визначає мету власної діяльності; виконує творчі завдання; може сприймати іншу позицію як альтернативну; знає суміжні дисципліни; використовує знання, аналізуючи різні явища, процеси. Здобувач дотримується принципів академічної доброчесності.
	11	Здобувач вищої освіти володіє узагальненими знаннями з навчальної дисципліни, аргументовано використовує їх у нестандартних ситуаціях; вміє знаходити джерела інформації та аналізувати їх, ставити і розв'язувати проблеми, застосовувати вивчений матеріал для власних аргументованих суджень у практичній діяльності (диспути, круглі столи тощо); спроможний за допомогою викладача підготувати виступ на студентську наукову конференцію; самостійно вивчити матеріал; визначити програму своєї пізнавальної діяльності; оцінювати різноманітні явища, процеси в ОБО. Здобувач дотримується принципів академічної доброчесності.
	12	Здобувач вищої освіти має системні, дієві знання, виявляє неординарні творчі здібності в навчальній діяльності; використовує широкий арсенал засобів для обґрунтування та доведення своєї думки; розв'язує складні проблемні ситуації та завдання; схильний до системно-наукового аналізу та прогнозу явищ; вміє ставити і розв'язувати проблеми, самостійно здобувати і використовувати інформацію; займається науково-дослідною роботою; логічно та творчо викладає матеріал в усній та письмовій формі; розвиває свої здібності й схильності; використовує різноманітні джерела інформації; моделює ситуації в нестандартних умовах. Здобувач дотримується принципів академічної доброчесності.

При визначенні підсумкової оцінки, поточна успішність за кожним з двох змістових модулів інтегрується у 100-бальну систему за формулою **(середній бал×0,05+0,4)×40**, де 40 – це максимальна кількість балів, виділена на оцінювання поточної успішності.

**Відвідування занять.** Очікується, що всі здобувачі вищої освіти відвідають лекційні та практичні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку студенти зобов'язані дотримуватися термінів виконання усіх видів робіт, передбачених курсом. Організацію освітнього процесу регламентує «Положення про організацію освітнього процесу в К-ПНУ імені Івана Огієнка (нова редакція)», URL: <https://drive.google.com/file/d/1ZbMN35h-7ZSJBBOVvL2bTCaLtRbcQA86/view>

В умовах застосування дистанційних технологій навчання організація поточного і семестрового контролю відбувається відповідно до «Порядку організації поточного та семестрового контролю із застосуванням дистанційних технологій навчання в Кам'янець-Подільському національному університеті імені Івана Огієнка (зі змінами)», URL: [https://drive.google.com/file/d/15qM6nA\\_NtvOZxOYz4Hzc8DZNgAiL\\_zz/view](https://drive.google.com/file/d/15qM6nA_NtvOZxOYz4Hzc8DZNgAiL_zz/view).

### **Критерії оцінювання модульної контрольної роботи**

Після вивчення змістового модуля освітнього компоненту здобувачі пишуть модульну контрольну роботу. Модульна контрольна робота виконується у письмовій

формі. До її написання допускаються усі студенти. Позитивну оцінку за МКР не рекомендується покращувати.

Невиконання МКР оцінюється 0 балів.

Здобувачі вищої освіти, які за результатами виконання модульної контрольної роботи отримали рейтинговий бал менший 60 % від максимальної кількості балів, виділених на цей вид роботи, а також ті, що не з'явилися для виконання або не виконали завдань, вважаються такими, що мають академічну заборгованість за результатами поточного контролю, ліквідація якої є обов'язковою.

Модульна контрольна робота проводиться у формі письмової відповіді на запропоновані запитання. Максимальна кількість балів за МКР – 40. Для зарахування модульної контрольної роботи мінімальна кількість набраних балів повинна становити не менше 24, у іншому випадку МКР потрібно виконати повторно.

Поточна модульна контрольна робота містить практичну та теоретичну складові і включає:

Кожне завдання модульної контрольної роботи (3 теоретичні питання) оцінюється окремо. Загальна оцінка розраховується як сума оцінок: по 13 балів за перше і друге питання, 14 балів – за третє питання. Модульний контроль виставляється у терміни, визначені програмою курсу.

### Критерії оцінювання модульної контрольної роботи

Шкала ECTS	Оцінка в балах	Критерії оцінювання
Відмінно	36-40	Здобувач вищої освіти у відповідях на варіант МКР демонструє глибокі знання з освітнього компоненту, повною мірою володіє матеріалом, що дозволяє виявляти розуміння змісту предмету, його основних положень, категоріального апарату тощо, може обґрунтовувати свої судження, аргументуючи правильну відповідь, логічно та послідовно формулює текст відповідей на поставлені завдання.
Добре	30-35	Результати відповідей здобувача вищої освіти на варіант МКР відповідають тим самим вимогам, що й для оцінки «відмінно», але при цьому здобувач допускає певні неточності та незначні помилки. Здобувач володіє матеріалом, правильно відповідаючи на поставлені завдання, логічно формулює відповіді, намагаючись аргументувати їх.
Задовільно	24-29	Відповіді здобувача вищої освіти на варіант МКР дозволяють виявити знання і розуміння основних положень предмета, певне володіння категоріальним апаратом, проте характеризуються фрагментарністю, відсутністю повноти та аргументованості. Здобувач допускає помилки при відповідях на питання МКР, не вміє достатньо обґрунтувати свої судження.
Незадовільно	0-23	Відповіді здобувача вищої освіти на варіант МКР не виявили знань та розуміння основних положень предмета, що спричинило значну кількість помилок або, взагалі, повну/часткову відсутність відповідей. Здобувач не вміє логічно побудувати відповідь, обґрунтувати свої судження, плутається у розумінні категоріального апарату тощо.

### Критерії оцінювання самостійної та індивідуальної роботи

Максимальна кількість балів, які студент може отримувати за виконання

самостійної та індивідуальної роботи – 20. Контроль за самостійною та індивідуальною роботою здійснює науково-педагогічний працівник на практичних заняттях та консультаціях.

Значна частина матеріалу винесена на самостійне опрацювання здобувачами. Питання для самостійної роботи включені до кожної теми дисципліни. Їх оцінювання є частиною оцінювання під час оцінювання за практичне заняття. Крім того контроль самостійної роботи здобувачів здійснюється шляхом включення питань до МКР та поточного тестування.

*Робота оцінюється в 15-20 балів, якщо:* автором чітко поставлена проблема і представлена власна точка зору стосовно її вирішення; проблема розкрита на високому теоретичному рівні, простежені системні зв'язки предмету дослідження, подані обґрунтування заявлених характеристик з коректним використанням фахових термінів, що мають відношення до завдання; надана аргументація власної думки з опорою на соціально-політичний аспект в контексті проблематики; робота розгорнуто розкриває заявлену тему.

*Робота оцінюється в 10-14 балів, якщо:* представлена власна точка зору(позиція, ставлення) стосовно вирішення проблеми; тема розкрита з конкретним використанням спеціальних понять у контексті відповіді (теоретичні зв'язки та обґрунтування явно не простежуються); надана аргументація власної думки з опорою на факти розвитку соціально-політичних уявлень з проблематики; заявлена тема розкрита не в повній мірі, зокрема не проаналізовані деякі суттєві характеристики предмету аналізу.

*Робота оцінюється в 5-9 балів, якщо:* представлена власна точка зору (позиція, ставлення) при розкритті проблеми; проблема розкрита на буденному (а не теоретичному) рівні; аргументація власної думки слабо пов'язана з розкриттям проблеми; опущений аналіз суттєвих характеристик явища, тобто розкриті лише несуттєві характеристики предмету дослідження.

*Робота оцінюється в 0-4 бали, якщо:* робота немає унікальності, тобто коли автор скористається нечесним шляхом представлення чужих думок власними.

**Академічна доброчесність.** Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел списування, втручання в роботу інших студентів становлять, але не обмежують приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента є підставою для її не зарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману. URL: <https://integrity.kpnu.edu.ua/>

#### **Підсумкова шкала оцінювання:**

Оцінювання знань студента відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 «Положення про організацію освітнього

процесу КПНУ (зі змінами)» введеного в дію наказом від 03.07.2024 № 79-ОД.

URL: <https://drive.google.com/file/d/1ZbMN35h-7ZSJBBOVvL2bTCaLtRbcQA86/view>

Рейтингова оцінка	За шкалою ECTS	За національною шкалою
90-100	A (відмінно)	зараховано
82-89	B (дуже добре)	
75-81	C (добре)	
67-74	D (задовільно)	
60-66	E(достатньо)	
35-59	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)	незараховано
34 і менше	F (незадовільно з обов'язковим проведенням додаткової роботи щодо вивчення навчального матеріалу кредитного модуля)	

### **Умови визначення успішного засвоєння освітнього компоненту «Рекламна діяльність підприємств туризму та гостинності»:**

–кредити присвоюються здобувачам вищої освіти після завершення навчальної дисципліни та успішного оцінювання досягнутих ними результатів навчання;

–критерієм успішного проходження здобувачем вищої освіти оцінювання результатів навчання є досягнення ним мінімального порогового рівня оцінок за кожним запланованим результатом навчання освітнього компоненту та мінімального порогового рівня оцінки за освітнім компонентом загалом, яких складає 60 % від максимально можливої кількості балів, визначеної відповідними нормативними документами Університету;

–здобувачам вищої освіти, які за результатами підсумкового контролю отримав незадовільну оцінку, дозволяють ліквідувати академічну заборгованість після належної підготовки;

–ліквідацію академічної заборгованості за результатами семестрового контролю дозволяють до початку наступного семестру в час, визначений графіком ліквідації академічної заборгованості, та допускають не більше двох разів: перший раз – викладачеві, другий – комісії, яку створюють за розпорядженням декана факультету;

–за неуспішного проходження оцінювання результатів навчання за освітнім компонентом кредити здобувачу вищої освіти не присвоюють.

В умовах застосування дистанційних технологій навчання організація поточного і семестрового контролю відбувається відповідно до «Порядку організації поточного та семестрового контролю із застосуванням дистанційних технологій навчання в Кам'янець-Подільському національному університеті імені Івана Огієнка (зі змінами)». URL: [https://drive.google.com/file/d/1c--sYRfDI\\_iAT7L766LprKB-x9GGKaEy/view](https://drive.google.com/file/d/1c--sYRfDI_iAT7L766LprKB-x9GGKaEy/view)

**Неформальна та/або інформальна освіта.** Визнання К-ПНУ ім. І. Огієнка результатів навчання, здобутих шляхом формальної або інформальної освіти регламентовано «Порядком визнання в Кам'янець-Подільському національному університеті імені Івана Огієнка результатів навчання, здобутих шляхом формальної або інформальної освіти». URL: <https://drive.google.com/file/d/19GCSM3y-K496gs8RQJp0mO9FjUJumB4T/view>

У випадку, якщо здобувач освіти отримав знання у неформальній та інформальній освіті, зарахування результатів навчання здійснюється згідно Порядку визнання результатів навчання здобувачів вищої освіти, отриманих шляхом здобуття неформальної/інформальної освіти в Кам'янець-Подільському національному університеті імені Івана Огієнка, зокрема, якщо їх тематика відповідає змісту навчальної дисципліни (окремій темі або змістовому модулю).

У неформальній освіті:

- закінчення професійних курсів, семінарів або тренінгів, тематика яких відповідає змісту навчальної дисципліни (окремій темі або змістовому модулю);
- підготовка конкурсної наукової роботи;
- призове місце на Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт;
- призове місце на Всеукраїнській студентській олімпіаді.

Безкоштовний курс «Цифровий маркетинг». Платформа професійного розвитку Prometheus. URL: <https://prometheus.org.ua/prometheus-free/digital-marketing/>

Безкоштовний курс «Маркетинг: розробка та продаж пропозиції цінності». Платформа професійного розвитку Prometheus. URL: <https://prometheus.org.ua/prometheus-free/marketing-value-proposition/>

Безкоштовний курс «Цифрові медіа та основи маркетингу». Платформа професійного розвитку Prometheus. URL: <https://prometheus.org.ua/prometheus-free/digital-media-and-marketing/>

Безкоштовний курс «Менеджер з маркетингу». Платформа професійного розвитку Prometheus. URL: <https://prometheus.org.ua/prometheus-plus/marketing-manager-free/>

Безкоштовний курс «Діджитал-маркетинг для школярів та студентів». Платформа ДіяОсвіта. URL: <https://osvita.diia.gov.ua/courses/digital-marketing>

Безкоштовний курс «Менеджет із цифрового маркетингу». Платформа ДіяОсвіта. URL: <https://osvita.diia.gov.ua/courses/digital-marketing>

В інформальній освіті: наявність наукової публікації; волонтерська діяльність.

## **12. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна.**

Вивчення курсу потребує використання загальнонавчаних програм і операційних систем, а також презентаційного обладнання, навчальні площі,

обладнання і програмне забезпечення навчальних аудиторій і лабораторій університету.

### 13. Рекомендована література

#### Основна

1. Буторіна В.Б., Марусей Т.В. PR та бізнес-комунікації підприємств туризму і гостинності [Електронне видання]. Кам'янець-Подільський: Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2025. 153 с. URL : <http://elar.kpnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/8644>
2. Білоконенко Л. А. Основи рекламознавства : практикум. Кривий Ріг : КДПУ, 2020. 112 с.
3. Забалдіна Ю. Б., Роскладка Н. О., Білик В. В., Дупляк Т. П.. Маркетинг у туризмі : навч. посіб. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. 632 с.
4. Іванечко Н. Управління рекламною діяльністю: навч. посібник. Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2022. 88 с.
5. Мальська М., Паньків Н. Іміджеологія і PR у туризмі. Київ : Каравела, 2023. 246 с.

#### Допоміжна

1. Балабанова Л.В., Юзик Л.О. Рекламний менеджмент : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 366 с.
2. Буторіна В.Б. Іміджеологія і PR підприємств туристичної галузі : навчально-методичний посібник. Кам'янець-Подільський: ПП «Медобори-2006», 2015. 112 с.
3. Буторіна В.Б. Тенденції розвитку медійної складової рекламно-комунікаційного ринку України. *Причорноморські економічні студії: науковий журнал*. 2019. Вип. 43/2019. С. 305–308.
4. Буторіна В.Б. Механізм використання інструментарію психологічного впливу реклами на споживача. *Причорноморські економічні студії: науковий журнал*. 2020. Вип. 54. С. 85–91.
5. Буторіна В.Б., Свідер О. [Аналіз маркетингових цінових стратегій підприємств.](#) Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2021. Вип. 49. С. 61–69. DOI: <https://doi.org/10.32841/2413-2675/2021-49-11>
6. Голда М.Н. Реклама і рекламна діяльність : консп. лекц. Тернопіль : ТНТУ імені Івана Пулюя, 2018. 173 с.
7. Лищенко М.О., Макаренко Н.О., Макарова В.В., Муштай В.А. Маркетингове дослідження ринку туристичних послуг: монографія. Суми: Вид-во «Університетська книга», 2023. 124с
8. Муштай В.А., Лищенко М.О., Макаренко Н.О., Макарова В.В. Маркетинг відносин в межах концепції сталого розвитку та глобальної діджиталізації туристичної галузі. *Modern Economics*. 2023. № 38. С. 99-105 ULR:

<https://modecon.mnau.edu.ua/issue/38-2023/mushtai.pdf>

9. Буторіна В.Б., Свідер О. Аналіз маркетингових цінових стратегій підприємств. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2021. Вип. 49. С. 61–69.
10. Летуновська Н. Є., Люльов О.В. Маркетинг у туризмі : підручник. Суми : Сумський державний університет, 2020. 270 с. URL: [https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstreamdownload/123456789/77338/3/Letunovska\\_Marketynh.pdf;jsessionid=2F510F8800B3E35D13F7FCF2AC634B1F](https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstreamdownload/123456789/77338/3/Letunovska_Marketynh.pdf;jsessionid=2F510F8800B3E35D13F7FCF2AC634B1F)
11. Летуновська Н.Є., Люльов О.В. Маркетинг у туризмі : Підручник. Суми: Сумський державний університет, 2020. 270 с.
12. Мальська М.П. Управління маркетингом у сфері туризму. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 344 с.
13. Мальська М.П., Мандюк Н.Л. Основи маркетингу у туризмі : Підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 336 с.
14. Цвілій С.М., Кукліна Т. С., Зайцева В. М. Маркетинг в туризмі : навчальний посібник. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. 260 с.

### Інформаційні ресурси

1. Державне агентство з розвитку туризму URL: <https://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення: 25.08.2024).
2. Бібліотека КПНУ ім. І. Огієнка *library.kpnu.edu.ua* URL: <https://library.kpnu.edu.ua/> (дата звернення: 28.08.2023).
3. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу. URL: <http://uam.in.ua/rus/standarts/>
4. Про туризм. Закон України № 325/95-ВР від 15.09.1995 із змінами № 768-IX від 14.07.2020. ULR: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>
5. Безкоштовний курс «Цифровий маркетинг». Платформа професійного розвитку Prometheus. URL: <https://prometheus.org.ua/prometheus-free/digital-marketing/>
6. Безкоштовний курс «Маркетинг: розробка та продаж пропозиції цінності». Платформа професійного розвитку Prometheus. URL: <https://prometheus.org.ua/prometheus-free/marketing-value-proposition/>
7. Безкоштовний курс «Цифрові медіа та основи маркетингу». Платформа професійного розвитку Prometheus. URL: <https://prometheus.org.ua/prometheus-free/digital-media-and-marketing/>
8. Безкоштовний курс «Менеджер з маркетингу». Платформа професійного розвитку Prometheus. URL: <https://prometheus.org.ua/prometheus-plus/marketing-manager-free/>
9. Безкоштовний курс «Діджитал-маркетинг для школярів та студентів». Платформа ДіяОсвіта. URL: <https://osvita.diia.gov.ua/courses/digital-marketing>

10. Безкоштовний курс «Менеджет із цифрового маркетингу». Платформа ДіяОсвіта. URL: <https://osvita.diia.gov.ua/courses/digital-marketing>