

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА
Географічний факультет
Кафедра готельно-ресторанної справи та харчових технологій

Затверджено
На засіданні кафедри
готельно-ресторанної справи та харчових технологій
Львівського національного університету імені Івана Франка
(протокол № 1 від 29 серпня 2023 р.)

Завідувач кафедри  доц. Пандяк І. Г.

СИЛАБУС
з навчальної дисципліни
«Реклама і системи бронювання у готельному і ресторанному бізнесі»,
що викладається в межах ОПШ «Готельно-ресторанна справа»
другого (магістерського) освітнього рівня вищої освіти
для здобувачів спеціальності
241 «Готельно-ресторанна справа»

Львів 2023 р.

Назва курсу	Реклама і системи бронювання у готельному і ресторанному бізнесі
Адреса викладання курсу	м. Львів, вул. Дорошенка, 41, вул. Лесі Українки, 39
Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна	Географічний факультет, кафедра готельно-ресторанної справи та харчових технологій
Галузь знань, шифр та назва спеціальності	24 Сфера обслуговування 241 Готельно-ресторанна справа
Викладачі курсу	Петлін Ірина Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри готельно-ресторанної справи та харчових технологій
Контактна інформація викладачів	https://geography.lnu.edu.ua/employee/petlin-iryna-volodymyrivna iryna.petlin@lnu.edu.ua petlinirina@gmail.com
Консультації по курсу відбуваються	щопонеділка, 14:00-15:00 год. (вул. Лесі Українки, 39, ауд.205), або в он-лайн формі
Сторінка курсу	https://geography.lnu.edu.ua/course/reklama-i-systemy-broniuvannia-u-hotelno-restorannomu-biznesi
Інформація про курс	Дисципліна «Реклама і системи бронювання у готельному і ресторанному бізнесі» – вибіркова навчальна дисципліна із циклу професійної та практичної підготовки для освітньої програми «Готельно-ресторанна справа» за спеціальністю 241 Готельно-ресторанна справа, яка викладається у 2-му семестрі в обсязі 4 кредити (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS).
Коротка анотація курсу	Курс «Реклама і системи бронювання у готельному і ресторанному» відноситься до циклу дисциплін професійної та практичної підготовки і формує профіль майбутнього фахівця з готельно-ресторанної справи, надаючи йому знання щодо ролі реклами в діяльності підприємств ГРБ, основних засобів реклами, вміння сформулювати бюджет рекламної кампанії та оцінити її ефективність, а також особливостей та принципових напрямків розвитку інформаційних технологій та систем в готельному та ресторанному бізнесі, роботи з програмним забезпеченням інформаційних технологій та систем в готельному та ресторанному бізнесі для подальшого застосування у професійній діяльності.
Мета та цілі курсу	Метою вивчення дисципліни «Реклама і системи бронювання у готельному і ресторанному бізнесі» є засвоєння студентами теоретичних та практичних знань у галузі рекламної діяльності як форми масової комунікації, усвідомлення ними ключових понять і процесів у цій комунікативній сфері, вироблення практичних навичок усебічного аналізу та створення рекламної продукції різних типів, а також аналіз сучасного стану комп'ютерних систем бронювання та окреслення переваг найбільш розповсюджених системи для ринку України. Завданнями вивчення дисципліни «Реклама і системи бронювання у готельному і ресторанному бізнесі» є: – розкриття сутності реклами і рекламної діяльності, а також особливості рекламної комунікації; – розкриття функцій реклами як соціального інституту; – ознайомлення з основними та допоміжними засобами реклами; – розкриття змісту рекламної діяльності, вивчення основних типів рекламної діяльності; – дослідження ролі відділу реклами, агентства з реклами та засобів масової інформації у рекламній діяльності; – вивчення основних принципів виробництва реклами, створення рекламних повідомлень, планування і проведення рекламної кампанії, розробки рекламної стратегії; – вивчення основних правових та етичних принципів реклами, їх відбиття у

	<p>вітчизняному та міжнародному законодавстві, що регулює рекламу і рекламну діяльність;</p> <ul style="list-style-type: none"> – ознайомлення з основними прийомами дослідження реклами і оцінювання ефективності рекламної діяльності; – ознайомлення з глобальними системи бронювання послуг Trust, SRS, Utell, Start, Amadeus, Sabre, Worldspan, Galileo; – усвідомлення ролі інформаційних технологій в організації функціонування підприємств готельно-ресторанного господарства; – ознайомлення з інформаційно-пошуковими системами та мобільними додатками для бронювання готельних послуг.
<p>Література для вивчення дисципліни</p>	<p>Основна література:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Артеменко О.І., Пасічник В.В., Єгорова В.В. Інформаційні технології в галузі туризму. Аналіз застосувань та результатів досліджень. Національний університет «Львівська політехніка». Інформаційні системи та мережі. 2015. Вип. 814. С. 3–22. 2. Біловодська О.А. Маркетинговий менеджмент: [навч. посібн.]. К.: Знання, 2010. 332 с. 3. Бурка В.Й., Підгірна В.М., Єремія Г.І. Впровадження сучасних інформаційних технологій в готельних підприємствах України. Інфраструктура ринку. Вип. 67. 2022. С. 62-66. 4. Воронько-Невіднича Т. В., Калюжна Ю. П., Хурдей В. Д. Реклама і рекламна діяльність: [навч. посіб.]. Полтава, РВВ ПДАА, 2018. 230 с. Джинджоян В. В. Сучасні інноваційні технології в менеджменті туризму та гостинності. Ефективна економіка. 2021. Вип. 6. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/6_2021/7.pdf 5. Лук'янець Т. І. Рекламний менеджмент: [навч. посібн.]. К.: КНЕУ, 1998. 276 с. 6. В. Руделіус, О. М. Азарян, Н. О. Бабенко та ін. Маркетинг: [підручник]. К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2008. 648 с. Кітченко О., Ібрагімов Т. Social media marketing як інструмент просування продуктів підприємства на ринок. Економіка та управління підприємствами. 2019. Вип. 3 (14). С. 179–184. 7. Ф. Котлер, К. Л. Келлер, А. Ф. Павленко та ін. Маркетинговий менеджмент: [підручник]. К.: Видавництво «Хімджест», 2008. 720 с. 8. Королько В.Г., Некрасова О.В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика: підручник для студентів вищих навчальних закладів [3-є вид., доповн. і переробл.]. К: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2019. 831 с. 9. Курбан О. PR у маркетингових комунікаціях. К: Самміт-Книга, 2016. 246 с. 10. Кучеренко К. В. Розвиток інформаційних технологій та їх запровадження у діяльність підприємств туристичної сфери. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/rozvitokinformatsiynih-tehnologiy-ta-yih-zaprovadzhennya-udiyalnist-pidpriemstv-turistichnoyi-sferi 11. Ліпінська К. Діджиталізація роботи закладів ресторанного господарства. Управління розвитком сфери гостинності : регіональний аспект : матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, м. Чернівці, 5 травня 2022 р. Чернівці : Техно-друк. 2022. С. 69–72. 12. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 493 с. 13. Петлін І.В. Особливості формування організаційно-економічного механізму функціонування підприємств готельного господарства: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції [Сучасні тенденції з розвитку готельно-ресторанного бізнесу. Якість і безпечність продуктів харчування], (24 квітня 2020 р.) – Львів. С. 79-82. 14. Петлін І.В. Роль Інтернет-реклами у розвитку підприємств готельно-ресторанної індустрії: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 140-річчю географії у Львівському університеті «Географічна освіта і наука: виклики і поступ», м. Львів, (18–20 травня 2023 р.) / відповід. редактори: В. Біланюк, Є. Іванов. У 3-ох томах. Львів: Простір-М, 2023. Том 3. 258 с. (С. 241-

245).

15. Петлін І.В., Ключник Х.А. Роль цифрового маркетингу у розвитку підприємств готельної індустрії в сучасних умовах. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі. №8. 2023. С. 37-43. **(фахове видання)** Index Copernicus

16. Петлін І.В., Кудрявцев І.Ю. Управління брендом готельних мереж в сучасних умовах. Наукові праці МАУП. Економічні науки. 2023. Випуск 3 (70). С. (фахове видання) Index Copernicus

17. Підгірна В. Н., Данілова О. М., Ємчук Т. В. Використання інструментів соціальних медіа в готельному господарстві (на прикладі готелів міста Чернівці). Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. 2020. Том 31 (70). С. 143–149.

18. Чуєва І.О., Жестков С.Г., Сидорук А.В. Сучасні тенденції розвитку онлайн бронювання туристичних послуг в Україні. Економіка та суспільство. Вип. 27, 2021. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/416>

Додаткова література:

1. Іванова Л.О. Конфігурація складових PR-технологій у ресторанному бізнесі / О.М. Вовчанська, Л.О. Іванова, Н.Р. Балук // Вісник Одеського національного університету імені І.І. Мечникова – Серія: Економіка.- 2018. Том 23. Випуск 3 (68).- 172с. –С. 62-68.

2. Іванова Л.О. Маркетингова ідентифікація детермінант впливу на світовий ринок нативної реклами / О.М. Вовчанська, Л.О.Іванова // Вчені записки Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління.- Том 30 (69). № 3, 2019. - С. 22-31.

3. Іванова Л.О. Маркетингова оцінка збалансованості кон'юнктури світового ринку рекламних послуг / О.М. Вовчанська, Л.О. Іванова // Вісник Львівського торговельно-економічного університету / [ред. кол.:Куцик П.О., Барна М.Ю., Семак Б.Б. та ін.] – Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. – Вип.55. - 126 с. – С.114- 124.

4. Іванова Л.О. Маркетингові підходи до оцінювання потенціалу ринку реклами / О.М. Вовчанська, Л.О. Іванова // Маркетинг та логістика в системі менеджменту: тези доповідей XII Міжнародної науково-практичної конференції. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2018. - 296 с. – С.41-43.

5. Іванова Л.О. Нативна реклама – сучасний тренд в маркетинговій політиці Інтернет-комунікацій / О. М. Вовчанська, Л.О. Іванова // III International Scientific Conference Economy and Society: the Modern Foundation for Human Development: Conference Proceedings, April 26th, 2019. Leipzig, Germany: Baltija Publishing. 156 pages. – p. 75-77.

6. Іванова Л.О. Основні тенденції ПР-технологій на ринку ресторанного господарства м. Львова /Н.Р. Балук, Л.О. Іванова, Ю.А. Дайновський //Актуальні проблеми економіки торгівлі в сучасних умовах євроінтеграції: матеріали щорічної наукової конференції професорсько-викладацького складу та аспірантів Львівського торговельно-економічного університету / [відповід. за вип.: проф. Семак Б.Б.]. - Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. – 368 с. – С. 185-187.

7. Іванова Л.О. Особливості контекстної реклами як напряму розвитку маркетингових комунікацій закладів ресторанного господарства /О. М. Вовчанська, Л. О. Іванова // International Scientific- Practical Conference Global marketing: analysis and challenges of our time: Conference Proceeding, May 16-17, 2019. Batumi, Georgia, 244 pages. – p. 125-128.

8. Іванова Л.О. Функціональна роль та значення PR-технологій у маркетинговій діяльності туристичних підприємств /О.М. Вовчанська, Л.О. Іванова //Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С.З. Гжицького, 2018.- Т.20, №91.- С.33-37.

Інформаційні ресурси Інтернет-мережі:

1. Електронні ресурси Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського. Електронний режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/eresources>

2. Електронні ресурси Львівської наукової бібліотеки ім. Стефаніка НАН України. Електронний режим доступу: <http://www.lsl.lviv.ua/eresources.htm>

	<p>3. Електронний каталог Львівської обласної універсальної бібліотеки. Електронний режим доступу: http://lounb.ddns.net:4321/cgi-bin/irbis64r_11/cgiirbis_64.exe</p> <p>4. Сервіс для пошуку наукових джерел Google Scholar. Електронний режим доступу: https://scholar.google.com.ua</p> <p>5. Інтернет-портал про маркетинг, рекламу і ПР: http://sostav.ua/section/advindustry/advcommunications/pr</p> <p>6. Бібліотека імені В.Вернадського. URL: з: http://www.nbu.gov.ua</p> <p>7. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: https://www.mof.gov.ua/uk</p>
Тривалість курсу	120 год.
Обсяг курсу	48 годин аудиторних занять, з них 32 годин лекцій, 16 годин практичних занять; 72 годин самостійної роботи.
Очікувані результати навчання	<p>У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен знати :</p> <ul style="list-style-type: none"> – передумови та джерела виникнення, основні етапи розвитку рекламної діяльності як феномену масової комунікації; – основні напрямки сучасної рекламної діяльності – традиційні та новітні; – роль і місце реклами в системі маркетингової діяльності; – зв'язок реклами з теорією комунікацій; – типологію рекламної продукції та рекламних кампаній; – головні шляхи й прийоми досягнення ефективності рекламної продукції різних типів; – провідні риси, етапи та різновиди рекламних кампаній як форми рекламної діяльності; – прийоми створення ефективного рекламного тексту, призначеного для поширення в різних ЗМІ; – правові та етичні норми рекламної діяльності, чинні в Україні й у світі; – особливості роботи глобальних систем бронювання послуг Trust, SRS, Utell, Start, Amadeus, Sabre, Worldspan, Galileo; – особливості використання інформаційно-пошукових систем та мобільних додатків для бронювання готельних послуг – «HOTELLOOK», «BOOKING», «AIRBNB», «TRIVAGO», «OSTROVOK», «HOTELS.COM», «HOTEL TONIGHT», «GOORU», «AGODAROOM». <p>вміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> – практично використовувати теоретичні знання; – застосовувати науковий підхід до аналізу і створення рекламної продукції; – зіставляти рекламні продукти, які представляють однотипні товари різних виробників, з огляду на ефективність рекламної ідеї; – виявляти рівень і повноту втілення рекламної ідеї; – вільно орієнтуватися у традиційних та нових формах і прийомах рекламної діяльності; – виробляти загальну стратегію та конкретний рекламний текст для рекламування послуги; – розробляти стратегії рекламних кампаній різних типів; – створювати рекламну продукцію, що поширюється різними ЗМІ; – вміти здійснювати оцінку ефективності рекламної діяльності. <p>Вивчення навчальної дисципліни «Реклама і системи бронювання у готельному і ресторанному бізнесі» зумовлює формування, розвиток та удосконалення загальних та фахових компетентностей, серед яких:</p> <p>а) загальні компетентності:</p> <p>ЗК 1. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).</p> <p>ЗК 2. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК 3. Здатність до аналізу, оцінки, синтезу, генерування нових ідей.</p> <p>ЗК 4. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.</p> <p>ЗК 7. Здатність приймати обґрунтовані рішення.</p>

	<p>ЗК 8. Здатність працювати в міжнародному контексті</p> <p>б) спеціальні (фахові, предметні) компетентності:</p> <p>СК 1. Здатність застосовувати науковий, аналітичний, методичний інструментарій, використовувати міждисциплінарні дослідження аналізу стану розвитку глобальних та локальних ринків готельних та ресторанних послуг для розв’язання складних задач розвитку готельного і ресторанного бізнесу.</p> <p>СК 2. Здатність систематизувати та синтезувати інформацію для врахування крос-культурних особливостей функціонування суб’єктів готельного та ресторанного бізнесу.</p> <p>СК 3. Здатність планувати та здійснювати ресурсне забезпечення діяльності суб’єктів готельного і ресторанного бізнесу.</p> <p>СК 4. Здатність створювати і впроваджувати продуктові, сервісні, організаційні, соціальні, управлінські, інфраструктурні, маркетингові інновації у господарську діяльність суб’єктів готельного та ресторанного бізнесу.</p> <p>СК 7. Здатність до підприємницької діяльності.</p> <p>СК 9. Здатність забезпечувати якість обслуговування споживачів готельних та ресторанних послуг.</p> <p>СК 10. Здатність застосовувати принципи соціальної відповідальності в діяльності суб’єктів готельного та ресторанного бізнесу.</p> <p>СК 11. Здатність до самостійного опанування новими знаннями, використання інноваційних технологій у сфері готельного та ресторанного бізнесу.</p> <p>Після вивчення навчальної дисципліни «Інвестування у готельному і ресторанному бізнесі» студент повинен показати такі результати навчання:</p> <p>ПРН 1. Розробляти і приймати ефективні рішення з питань розвитку суб’єктів готельного та ресторанного бізнесу, враховуючи цілі, ресурси, обмеження та ризики, забезпечувати їх реалізацію, аналізувати і порівнювати альтернативи, оцінювати ризики та імовірні наслідки їх впливу.</p> <p>ПРН 2. Вільно спілкуватись усно і письмово українською та англійською мовами при обговоренні професійних питань, досліджень та інновацій в сфері готельно-ресторанного бізнесу.</p> <p>ПРН 3. Розробляти, впроваджувати та застосовувати сучасні методи оцінювання ефективності впровадження інновацій в готельно-ресторанному бізнесі</p> <p>ПРН 4. Здійснювати моніторинг кон’юнктури ринку готельних та ресторанних послуг.</p> <p>ПРН 5. Оцінювати нові ринкові можливості, формулювати бізнес-ідеї та розробляти маркетингові заходи з за невизначених умов і вимог, що потребують застосування нових підходів, методів та інструментарію соціально-економічних досліджень.</p> <p>ПРН 6. Відшукувати необхідні дані в науковій літературі, базах даних та інших джерелах, аналізувати та оцінювати ці дані, систематизувати й упорядковувати інформацію для вирішення комплексних задач професійної діяльності.</p> <p>ПРН 8. Ініціювати, розробляти та управляти проектами розвитку суб’єктів готельного та ресторанного бізнесу із врахуванням інформаційного, матеріального, фінансового та кадрового забезпечення.</p> <p>ПРН 11. Здійснювати дослідження та/або провадити інноваційну діяльність з метою отримання нових знань та створення нових технологій та видів послуг (продукції) в сфері готельно-ресторанного бізнесу та в ширших мультидисциплінарних контекстах.</p> <p>ПРН 12. Зрозуміло і недвозначно доносити власні знання, висновки та аргументацію до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються.</p>
<p>Ключові слова</p>	<p>Реклама, рекламні комунікації, засоби реклами, комерційна реклама, некомерційна реклама, рекламні дослідження, планування рекламної діяльності, організація рекламної діяльності, глобальні системи бронювання послуг, інформаційні системи управління готельним</p>

	господарством, інформаційні технології в ресторанному бізнесі, інформаційно-пошукові системи бронювання готельних послуг.																																																																																						
Формат курсу	Очний /заочний																																																																																						
Теми	Подано у схемі курсу																																																																																						
Підсумковий контроль, форма	Екзамен																																																																																						
Пререквізити	Вивчення курсу базується, насамперед, на базових знаннях з готельно-ресторанної індустрії, а також знаннях отриманих в результаті вивчення наступних дисциплін: «Стратегічний менеджмент», «Методологія і організація наукових досліджень», «Бренд-менеджмент в готельному і ресторанному бізнесі», «Ринок готельних і ресторанных послуг в Україні», «Інвестування у готельному і ресторанному бізнесі» тощо.																																																																																						
Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу	Презентація, лекція, семінарське заняття, практичне заняття, тренінгове заняття, проектно-орієнтоване навчання, дискусія, бесіда, вирішення кейсів.																																																																																						
Необхідне обладнання	Вивчення курсу потребує використання мультимедійного обладнання. Для вивчення курсу достатньо володіти загально вживаними програми такими як: Microsoft Office Word, Microsoft Office Excel, Microsoft Office Power Point.																																																																																						
Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)	<p>Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою.</p> <p>Приклад розподілу балів, які отримують студенти (для заліка)</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th colspan="14">Поточне тестування та самостійна робота</th> </tr> <tr> <th colspan="7">Змістовний модуль 1</th> <th colspan="7">Змістовний модуль 2</th> </tr> <tr> <th>T1</th><th>T2</th><th>T3</th><th>T4</th><th>T5</th><th>T6</th><th>МКР 1</th> <th>T7</th><th>T8</th><th>T9</th><th>T10</th><th>T11</th><th>МКР 2</th><th>100</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>7</td><td>7</td><td>7</td><td>7</td><td>8</td><td>8</td><td>10</td> <td>7</td><td>7</td><td>8</td><td>7</td><td>7</td><td>10</td><td></td> </tr> </tbody> </table> <p>T1, T2, T3 ...T8 – теми практичних занять. МКР 1, МКР 2 – модульні контрольні роботи по тематиці кожного змістового модуля. Шкала оцінювання: вузу, національна та ECTS</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Сума балів за всі види навчальної діяльності</th> <th rowspan="2">Оцінка ECTS</th> <th colspan="2">Оцінка за національною шкалою</th> </tr> <tr> <th>для екзамену, курсового проекту (роботи), практики</th> <th>для заліку</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>90 – 100</td> <td>A</td> <td colspan="2">відмінно</td> </tr> <tr> <td>81-89</td> <td>B</td> <td colspan="2" rowspan="3">добре</td> </tr> <tr> <td>71-80</td> <td>C</td> </tr> <tr> <td>61-70</td> <td>D</td> </tr> <tr> <td>51-60</td> <td>E</td> <td colspan="2">задовільно</td> </tr> <tr> <td>21-50</td> <td>FX</td> <td colspan="2">незадовільно</td> </tr> <tr> <td>0-20</td> <td>F</td> <td colspan="2">незадовільно (без права перездачі)</td> </tr> </tbody> </table> <p>Політика щодо дедлайнів та перескладання: Студенти зобов'язані дотримуватися усіх строків, визначених для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених курсом. Політика щодо академічної доброчесності: списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Реферати повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу. Виявлення</p>	Поточне тестування та самостійна робота														Змістовний модуль 1							Змістовний модуль 2							T1	T2	T3	T4	T5	T6	МКР 1	T7	T8	T9	T10	T11	МКР 2	100	7	7	7	7	8	8	10	7	7	8	7	7	10		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		81-89	B	добре		71-80	C	61-70	D	51-60	E	задовільно		21-50	FX	незадовільно		0-20	F	незадовільно (без права перездачі)	
Поточне тестування та самостійна робота																																																																																							
Змістовний модуль 1							Змістовний модуль 2																																																																																
T1	T2	T3	T4	T5	T6	МКР 1	T7	T8	T9	T10	T11	МКР 2	100																																																																										
7	7	7	7	8	8	10	7	7	8	7	7	10																																																																											
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																																																																																					
81-89	B	добре																																																																																					
71-80	C																																																																																						
61-70	D																																																																																						
51-60	E	задовільно																																																																																					
21-50	FX	незадовільно																																																																																					
0-20	F	незадовільно (без права перездачі)																																																																																					

	<p>ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента є підставою для її незарахування викладачем.</p> <p>Політика щодо відвідування: Відвідування занять (лекцій, практичних, семінарських занять курсу) є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування, індивідуальний графік, карантин) навчання може відбуватись в он-лайн формі.</p>
<p>Питання модульного контролю</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Теоретико-методологічні підходи до визначення сутності поняття «Реклама». 2. Роль та цілі реклами в сучасному суспільстві. 3. Рекламний процес. Учасники рекламного процесу. 4. Класифікація реклами. 5. Комунікативний аспект реклами. 6. Місце і роль реклами у структурі маркетингу. 7. Комунікативні бар'єри. 8. Етапи рекламної комунікації. 9. Учасники рекламної комунікації. 10. Поняття і види комерційної реклами. 11. Стимулююча та іміджева реклама. 12. Реклама ATL, BTL і TTL-комунікації. 13. Суть та види некомерційної реклами. 14. Соціальна реклама. 15. Політична реклама. 16. Публічна реклама. 17. Екологічна реклама. 18. Преса. Переваги реклами у пресі: глибина, точність і наочність викладення матеріалу, розмаїття тем, мобільність одиниці рекламного засобу, можливість оцінювання ефективності реклами, невисока ціна порівняно з телевізійною рекламою. 19. Недоліки преси як рекламного засобу. 20. Радіо. Переваги радіореклами: відносна дешевизна, доступність широкому загалу потенційних покупців, вплив на споживача через аудіоканал, оперативність. 21. Телебачення. Ефективність телебачення як рекламного засобу. 22. Недоліки телереклами. 23. Сутність та зміст рекламних досліджень. 24. Інформаційне забезпечення рекламної діяльності. 25. Основні етапи процесу рекламного дослідження. 26. Організація рекламодавця (рекламної служби). 27. Рекламні агентства. 28. Формування рекламного бюджету. 29. Поняття, рівні та види контролю рекламної діяльності. 30. Стратегічний та тактичний контроль реклами і його завдання. 31. Оцінка ефективності реклами. 32. Загальне поняття про автоматизовані інформаційні системи індустрії гостинності. 33. Аналіз сучасного стану глобальних комп'ютерних систем резервування: Trust, SRS, Utell, Start, Amadeus, Sabre, Worldspan, Galileo. 34. Переваги найбільш розповсюджених систем бронювання та резервування для ринку України. 35. Формування автоматизованої системи управління (АСУ) готельними закладами. 36. Особливості роботи системи РМЗ (Property Management System) для закладів готельного господарства та системи RMS (Restaurant Management Systems) підприємствами громадського харчування. 37. Fidelio Front Office – одна з найпопулярніших у світі систем автоматизації служби прийому і розміщення гостей. 38. Система Hotel 2000. Система Restaurant 2000. Система Stock 2000. 39. Система керування готелем «ЛоджингТач ЛІБІКА». 40. Система управління ресторанами «ЛоджингТач СЕНАКОЛО». Система

	<p>управління для готельних груп «ЛоджингТач СРІБЛО».</p> <p>41. Система управління продажами і заходами «ESP2000» та система оптимізації прибутку «OPTIMS».</p> <p>42. Програми автоматизації у сфері обліку та контролю: FLAGMAN BackOffice, B52 товарно-фінансовий облік, система ЕКСПЕРТ, ISOFT-РЕСТОРАН, 1С Підприємство-ресторан, «Акцент-Бухгалтерія», «Парус-Підприємство», «1С-Парус: управління рестораном».</p> <p>43. Програми автоматизації по касових розрахунках (розрахунково-касовому обслуговуванню клієнтів): FLAGMAN: Front-office, TradeCafe 5.0, Маркет+4.х, 1С Управління рестораном.</p> <p>44. Програми автоматизації по кадрах та управлінні персоналом: «Inteam: Діловодство»; програма «PersonPro 2.0» та «PersonPro 2.0 SQL», 1С: Підприємство 7.7, Контур-Персонал, Кадр ІН, TRIM-Персонал.</p> <p>45. Програми автоматизації по управлінню рестораном: B52 Ресторан, R- Keeper, Компас, РСТ@Ресторатор, TillyPadXL, система автоматизації ресторану SmartTouch, АС «РЕСТАРТ»; по фінансах: 1С-Парус, Капітал 2008.</p> <p>46. Особливості використання інформаційно-пошукових систем та мобільних додатків для бронювання готельних послуг.</p> <p>47. Охарактеризувати використання інформаційно-пошукових систем та мобільних додатків «HOTELLOOK».</p> <p>48. Охарактеризувати використання інформаційно-пошукових систем та мобільних додатків «BOOKING».</p> <p>49. Охарактеризувати використання інформаційно-пошукових систем та мобільних додатків «AIRBNB».</p> <p>50. Охарактеризувати використання інформаційно-пошукових систем та мобільних додатків «TRIVAGO».</p> <p>51. Охарактеризувати використання інформаційно-пошукових систем та мобільних додатків «OSTROVOK».</p> <p>52. Охарактеризувати використання інформаційно-пошукових систем та мобільних додатків «HOTELS.COM».</p> <p>53. Охарактеризувати використання інформаційно-пошукових систем та мобільних додатків «HOTEL TONIGHT».</p> <p>54. Охарактеризувати використання інформаційно-пошукових систем та мобільних додатків «GOORU».</p> <p>55. Охарактеризувати використання інформаційно-пошукових систем та мобільних додатків «AGODAROOM».</p>
<p>Опитування</p>	<p>Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу.</p>

1. СХЕМА КУРСУ «РЕКЛАМА І СИСТЕМИ БРОНІЮВАННЯ У ГОТЕЛЬНОМУ І РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ»

Тиж. / дата / год.-	Тема, план, короткі тези	Форма діяльності (заняття)	Література. Ресурси в Інтернеті	Завдання, год	Термін виконання
Змістовий модуль 1. Місце та роль рекламно-інформаційної діяльності у розвитку суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу					
1 тиждень	Тема 1. Реклама в сучасному суспільстві Теоретико-методологічні підходи до визначення сутності поняття «Реклама». Роль та цілі реклами в сучасному суспільстві. Реклама як інструмент маркетингу. Класифікація реклами. Загальні вимоги до реклами.	Лекційне / практичне заняття	1. Біловодська О.А. Маркетинговий менеджмент: [навч. посібн.]. К.: Знання, 2010. 332 с. 2. Воронько-Невіднича Т. В., Калюжна Ю. П., Хурдей В. Д. Реклама і рекламна діяльність: [навч. посібн.]. Полтава, РВВ ПДАА, 2018. 230 с. 3. Лук'янець Т. І. Рекламний менеджмент: [навч. посібн.]. К.: КНЕУ, 1998. 276 с.	Підготувати питання по темі №1 2/2 год.	1 тиждень
2 тиждень	Тема 2. Реклама і рекламні комунікації Комунікативний аспект реклами. Ефективні комунікаційні технології. Місце і роль реклами у структурі маркетингу. Комунікативні бар'єри. Основні цілі рекламної комунікації (формування потреби у товарі; інформування про товар; сприяння прийняттю рішення про придбання товару; сприяння придбанню товару у місцях продажу). Завдання реклами (атрактивна, довірливо-іміджева, аргументаційно-гарантійна). Етапи рекламної комунікації (ініціювання рекламної комунікації; кодування рекламної інформації; створення рекламного продукту; вибір каналу передачі рекламного повідомлення). Учасники рекламної комунікації (інвестори, посередники, канал розповсюдження реклами, цільова група).	Лекційне заняття	4. Кітченко О., Ібрагімов Т. Social media marketing як інструмент просування продуктів підприємства на ринок. Економіка та управління підприємствами. 2019. Вип. 3 (14). С. 179–184. 5. Ф. Котлер, К. Л. Келлер, А. Ф. Павленко та ін. Маркетинговий менеджмент: [підручник]. К.: Видавництво «Хімджест», 2008. 720 с. 6. Королько В.Г., Некрасова О.В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика: підручник для студентів вищих навчальних закладів [3-є вид., доповн. і переробл.]. К: Видавничий дім «Киево-Могилянська академія», 2019. 831 с. 7. Курбан О. PR у маркетингових комунікаціях. К: Самміт-Книга, 2016. 246 с. 8. Петлін І.В. Особливості формування організаційно-економічного механізму функціонування підприємств готельного господарства: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції [Сучасні тенденції з розвитку готельно-ресторанного бізнесу. Якість і безпечність продуктів харчування], (24 квітня 2020 р.) – Львів. С. 79-82. 9. Петлін І.В. Роль Інтернет-реклами у розвитку підприємств готельно-ресторанної індустрії: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 140-річчю географії у Львівському університеті «Географічна освіта і наука: виклики і поступ», м. Львів, (18–20 травня 2023 р.) / відповід. редактори: В. Біланюк, Є. Іванов. У 3-ох томах. Львів: Простір-М, 2023. Том 3. 258 с. (С. 241-245). 10. Петлін І.В., Клюйник Х.А. Роль цифрового маркетингу у розвитку підприємств готельної індустрії в сучасних умовах. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі. №8. 2023. С. 37-43. (фахове видання) Index Copernicus	Опрацювати питання по темі, що винесені самостійне вивчення 2/0 год.	2 тиждень
2 тиждень	Тема 3. Комерційна реклама Поняття і види комерційної реклами. Стимулююча та іміджева реклама. Реклама ATL, BTL і TTL-комунікації.	Лекційне заняття		Опрацювати питання по темі, що винесені самостійне вивчення 2/0 год.	2 тиждень
3 тиждень	Тема 4. Некомерційна реклама Соціальна реклама. Політична реклама. Публічна реклама. Територіальна реклама. Особистісна реклама.	Лекційне / практичне заняття		Підготувати питання по темі №4 2/2 год.	3 тиждень

4-5 тижень	<p>Тема 5. Основні засоби реклами</p> <p>Преса. Переваги реклами у пресі: глибина, точність і наочність викладення матеріалу, розмаїття тем, мобільність одиниці рекламного засобу, можливість оцінювання ефективності реклами.</p> <p>Радіо. Переваги радіореклами.</p> <p>Телебачення. Ефективність телебачення як рекламного засобу. Недоліки телереклами: нетривалість повідомлення, коштовність, негативне сприйняття масовою аудиторією.</p> <p>Зовнішня реклама та реклама на транспорті. Види статичної зовнішньої реклами: плакати, щити обабіч дороги, дошки оголошень. Їх особливості.</p> <p>Характерні прикмети реклами на транспорті: розмаїття місць розташування та розповсюдження, багатоваріантність розмірів, мобільність.</p>	Лекційне / практичне заняття	<p>1. Біловодська О.А. Маркетинговий менеджмент: [навч. посібн.]. К.: Знання, 2010. 332 с.</p> <p>2. Воронько-Невіднича Т. В., Калюжна Ю. П., Хурдей В. Д. Реклама і рекламна діяльність: [навч. посіб.]. Полтава, РВВ ПДАА, 2018. 230 с.</p> <p>3. Лук'янець Т. І. Рекламний менеджмент: [навч. посібн.]. К.: КНЕУ, 1998. 276 с.</p> <p>4. Кітченко О., Ібрагімов Т. Social media marketing як інструмент просування продуктів підприємства на ринок. Економіка та управління підприємствами. 2019. Вип. 3 (14). С. 179–184.</p> <p>5. Ф. Котлер, К. Л. Келлер, А. Ф. Павленко та ін. Маркетинговий менеджмент: [підручник]. К.: Видавництво «Хімджест», 2008. 720 с.</p> <p>6. Королько В.Г., Некрасова О.В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика: підручник для студентів вищих навчальних закладів [3-є вид., доповн. і переробл.]. К: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2019. 831 с.</p> <p>7. Курбан О. PR у маркетингових комунікаціях. К: Самміт-Книга, 2016. 246 с.</p> <p>8. Петлін І.В. Особливості формування організаційно-економічного механізму функціонування підприємств готельного господарства: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції [Сучасні тенденції з розвитку готельно-ресторанного бізнесу. Якість і безпека продуктів харчування], (24 квітня 2020 р.) – Львів. С. 79-82.</p> <p>9. Петлін І.В. Роль Інтернет-реклами у розвитку підприємств готельно-ресторанної індустрії: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 140-річчю географії у Львівському університеті «Географічна освіта і наука: виклики і поступ», м. Львів, (18–20 травня 2023 р.) / відповід. редактори: В. Біланюк, Є. Іванов. У 3-ох томах. Львів: Простір-М, 2023. Том 3. 258 с. (С. 241-245).</p> <p>10. Петлін І.В., Ключник Х.А. Роль цифрового маркетингу у розвитку підприємств готельної індустрії в сучасних умовах. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі. №8. 2023. С. 37-43. (фахове видання) Index Copernicus</p>	Підготувати питання по темі №5 4/2 год.	5 тижень
5-6 тижень	<p>Тема 6. Рекламні дослідження та планування рекламної діяльності</p> <p>Сутність та зміст рекламних досліджень.</p> <p>Інформаційне забезпечення рекламної діяльності.</p> <p>Основні етапи процесу рекламного дослідження.</p> <p>Вивчення оптимальних каналів рекламної комунікації. Система маркетингового планування.</p> <p>Поняття, види та етапи проведення рекламних кампаній. Розробка рекламної стратегії та плану рекламної кампанії.</p>	Лекційне / практичне заняття		Підготувати питання по темі №6 2/2 год.	6 тижень
6-7 тижень	<p>Тема 7. Організація рекламної діяльності та контроль за її ефективністю</p> <p>Організація рекламодавця (рекламної служби). Рекламні агентства. Формування рекламного бюджету. Поняття, рівні та види контролю рекламної діяльності.</p> <p>Стратегічний та тактичний контроль реклами і його завдання. Методи визначення ефективності рекламної діяльності.</p>	Лекційне заняття		Опрацювати питання по темі, що винесені самостійне вивчення 4/0 год	7 тижень
7 тижень	Модульна контрольна робота 1			Підготувати питання по темах 1-7	7 тижень
Змістовий модуль 2. Автоматизовані системи бронювання та резервування в готельно-ресторанному бізнесі					
8-9 тижень	<p>Тема 8. Особливості роботи глобальних систем бронювання послуг</p> <p>Загальне поняття про автоматизовані інформаційні системи індустрії гостинності.</p>	Лекційне / практичне заняття	1. Артеменко О.І., Пасічник В.В., Єгорова В.В. Інформаційні технології в галузі туризму. Аналіз застосувань та результатів досліджень. Національний університет «Львівська політехніка». Інформаційні системи та мережі.	Підготувати питання по темі №8 4/2 год.	9 тижень

	Аналіз сучасного стану глобальних комп'ютерних систем резервування: Trust, SRS, Utell, Start, Amadeus, Sabre, Worldspan, Galileo. Переваги найбільш розповсюджених систем бронювання та резервування для ринку України.		2015. Вип. 814. С. 3–22. 2. Біловодська О.А. Маркетинговий менеджмент: [навч. посібн.]. К.: Знання, 2010. 332 с. 3. Бурка В.Й., Підгірна В.М., Єремія Г.І. Впровадження сучасних інформаційних технологій в готельних підприємствах України. Інфраструктура ринку. Вип. 67. 2022. С. 62-66. 4. Джинджоян В. В. Сучасні інноваційні технології в менеджменті туризму та гостинності. Ефективна економіка. 2021. Вип. 6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2021/7.pdf 5. Кучеренко К. В. Розвиток інформаційних технологій та їх запровадження у діяльність підприємств туристичної сфери. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/rozvitokinformatsiynih-tehnologiy-ta-yih-zaprovadzhennya-udiyalnist-pidpriemstv-turistichnoyi-sferi 6. Ліпінська К. Діджиталізація роботи закладів ресторанного господарства. Управління розвитком сфери гостинності : регіональний аспект : матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, м. Чернівці, 5 травня 2022 р. Чернівці : Техно-друк. 2022. С. 69–72. 7. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 493 с. 8. Підгірна В. Н., Данілова О. М., Ємчук Т. В. Використання інструментів соціальних медіа в готельному господарстві (на прикладі готелів міста Чернівці). Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. 2020. Том 31 (70). С. 143–149. 9. Чусва І.О., Жестков С.Г., Сидорук А.В. Сучасні тенденції розвитку онлайн бронювання туристичних послуг в Україні. Економіка та суспільство. Вип. 27, 2021. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/416		
9-10 тиждень	Тема 9. Інформаційні системи управління готельним господарством Формування автоматизованої системи управління (АСУ) готельними закладами. Особливості роботи системи РМЗ (Property Management System) для закладів готельного господарства та системи RMS (Restaurant Management Systems) підприємствами громадського харчування. Fidelio Front Office – одна з найпопулярніших у світі систем автоматизації служби прийому і розміщення гостей. Система Hotel 2000. Система Restaurant 2000. Система Stock 2000 . Система керування готелем «ЛоджингТач ЛБІКА». Система управління ресторанами «ЛоджингТач СЕНАКОЛО». Система управління для готельних груп «ЛоджингТач СРІБЛО». Система управління продажами і заходами «ESP2000» та система оптимізації прибутку «OPTIMS».	Лекційне / практичне заняття		Підготувати питання по темі №9 4/2 год.	10 тиждень
11-12 тиждень	Тема 10. Доцільність застосування інформаційних технологій в ресторанному бізнесі Програми автоматизації у сфері обліку та контролю : FLAGMAN BackOffice, B52 товарно-фінансовий облік, система ЕКСПЕРТ, ISOFT-РЕСТОРАН, 1С Підприємство-ресторан, «Акцент-Бухгалтерія», «Парус-Підприємство», «1С-Рарус: правління рестораном». Програми автоматизації по касових розрахунках (розрахунково-касовому	Лекційне / практичне заняття	1. Артеменко О.І., Пасічник В.В., Єгорова В.В. Інформаційні технології в галузі туризму. Аналіз застосувань та результатів досліджень. Національний університет «Львівська політехніка». Інформаційні системи та мережі. 2015. Вип. 814. С. 3–22. 2. Біловодська О.А. Маркетинговий менеджмент: [навч. посібн.]. К.: Знання, 2010. 332 с. 3. Бурка В.Й., Підгірна В.М., Єремія Г.І. Впровадження сучасних інформаційних технологій в готельних підприємствах України. Інфраструктура ринку. Вип. 67. 2022. С. 62-66. 4. Джинджоян В. В. Сучасні інноваційні технології в менеджменті туризму та гостинності. Ефективна економіка. 2021. Вип. 6. URL:	Підготувати питання по темі №10 4/2 год.	12 тиждень

	<p>обслуговуванню клієнтів): FLAGMAN: Front-office, TradeCafe 5.0, Маркет+4.x, 1С Управління рестораном.</p> <p>Програми автоматизації по кадрах та управлінні персоналом: «Inteam: Діловодство»; програма «PersonPro 2.0» та «PersonPro 2.0 SQL», 1С: Підприємство 7.7, Контур-Персонал, Кадр ІН, TRIM-Персонал.</p> <p>Програми автоматизації по управлінню рестораном: B52 Ресторан, R- Keerer, Компас, PCT@Ресторатор, TillyPadXL, система автоматизації ресторану SmartTouch, АС «РЕСТАРТ»; по фінансах : ІС-Парус, Капітал 2008.</p>		<p>http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2021/7.pdf</p> <p>5. Кучеренко К. В. Розвиток інформаційних технологій та їх запровадження у діяльність підприємств туристичної сфери. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/rozvitokinformatsiynih-tehnologiy-ta-yih-zaprovadzheniya-udiyalnist-pidpriemstv-turistichnoyi-sferi</p> <p>6. Ліпінська К. Діджиталізація роботи закладів ресторанного господарства. Управління розвитком сфери гостинності : регіональний аспект : матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, м. Чернівці, 5 травня 2022 р. Чернівці : Техно-друк. 2022. С. 69–72.</p> <p>7. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 493 с.</p> <p>8. Підгірна В. Н., Данілова О. М., Ємчук Т. В. Використання інструментів соціальних медіа в готельному господарстві (на прикладі готелів міста Чернівці). Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. 2020. Том 31 (70). С. 143–149.</p> <p>9. Чуєва І.О., Жестков С.Г., Сидорук А.В. Сучасні тенденції розвитку онлайн бронювання туристичних послуг в Україні. Економіка та суспільство. Вип. 27, 2021. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/416</p>		
12-13 тиждень	<p>Тема 11. Мобілізація ринку готельних послуг за допомогою інформаційно-пошукових систем та мобільних додатків для бронювання готельних послуг</p> <p>Особливості використання інформаційно-пошукових систем та мобільних додатків для бронювання готельних послуг: «HOTELLOOK», «BOOKING», «AIRBNB», «TRIVAGO», «OSTROVOK», «HOTELS.COM», «HOTEL TONIGHT», «GOORU», «AGODAROOM».</p>	Лекційне / практичне заняття	<p>1. Артеменко О.І., Пасічник В.В., Єгорова В.В. Інформаційні технології в галузі туризму. Аналіз застосувань та результатів досліджень. Національний університет «Львівська політехніка». Інформаційні системи та мережі. 2015. Вип. 814. С. 3–22.</p> <p>2. Біловодська О.А. Маркетинговий менеджмент: [навч. посібн.]. К.: Знання, 2010. 332 с.</p> <p>3. Бурка В.Й., Підгірна В.М., Єремія Г.І. Впровадження сучасних інформаційних технологій в готельних підприємствах України. Інфраструктура ринку. Вип. 67. 2022. С. 62-66.</p> <p>4. Джинджоян В. В. Сучасні інноваційні технології в менеджменті туризму та гостинності. Ефективна економіка. 2021. Вип. 6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2021/7.pdf</p> <p>5. Кучеренко К. В. Розвиток інформаційних технологій та їх запровадження у діяльність підприємств туристичної сфери. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/rozvitokinformatsiynih-tehnologiy-ta-yih-zaprovadzheniya-udiyalnist-pidpriemstv-turistichnoyi-sferi</p> <p>6. Ліпінська К. Діджиталізація роботи закладів ресторанного господарства. Управління розвитком сфери гостинності : регіональний аспект : матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, м. Чернівці, 5 травня 2022 р.</p>	Підготувати питання по темі №11 2/2 год.	13 тиждень

		<p>Чернівці : Техно-друк. 2022. С. 69–72.</p> <p>7. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 493 с.</p> <p>8. Підгірна В. Н., Данілова О. М., Ємчук Т. В. Використання інструментів соціальних медіа в готельному господарстві (на прикладі готелів міста Чернівці). Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. 2020. Том 31 (70). С. 143–149.</p> <p>9. Чуєва І.О., Жестков С.Г., Сидорук А.В. Сучасні тенденції розвитку онлайн бронювання туристичних послуг в Україні. Економіка та суспільство. Вип. 27, 2021. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/416</p>		
14 тиждень	Модульна контрольна робота 2		Підготувати питання по темах 8-11	14 тиждень