

Силабус курсу

«Інтернет-комунікації у туристичній діяльності»

Освітній ступінь: магістр

Галузь знань: 24 Сфера обслуговування

Спеціальність: 242 Туризм і рекреація

1015 Travel, tourism and leisure

Освітньо-професійна програма: «Туризм»

Кількість кредитів: 4

Рік підготовки: 1-й, II семестр

Компонент освітньої програми: вибірковий

Мова викладання: українська



Керівник курсу

доц. кафедри туризму, к.е.н., доц. Грабар Марина Василівна

Контактна інформація – marina.hrbar@uzhnu.edu.ua

Опис дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни «Інтернет-комунікації у туристичній діяльності» є формування у здобувачів навичок застосовувати сучасні інформаційні технології та використовувати новітні наукові підходи для набуття відповідних комплексних теоретичних знань та методологічних основ необхідних для кваліфікованого виконання професійних завдань та обов'язків.

Предмет – теоретичні основи організації інтернет-середовища і пошукових систем та практичні засади просування компанії в мережі Інтернет.

Завдання дисципліни:

- вивчити сутність і особливості інтернет-комунікації в туристичній діяльності;
- дослідити он-лайн стратегії туристичної діяльності;
- розглянути туристичні сайти, їх дизайн, наповнення, використання, просування;
- вивчити поведінку та вимоги споживачів турпослуг з використанням інтернет-технологій;
- визначити особливості роботи з пошуковими системами в Інтернеті;
- ознайомитися з технологіями соціальних мереж та їх можливості у туризмі;
- дослідити формування нових туристичних продуктів на основі аналізу даних веб-аналітики;
- проаналізувати використання даних для аналізу аудиторії он-лайн.

Навчальний контент

Модуль 1 МОЖЛИВОСТІ ІНТЕРНЕТ У ФОРМУВАННІ, ПРОСУВАННІ І РЕАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

ТЕМА 1. Теорії інформаційного суспільства

Основні характеристики інформаційного суспільства. Теорії соціального мережевого аналізу. Теорія мережевого суспільства М. Кастельса. Теорія комунікації. Теорія інформації. Інформація і комунікація: їхня взаємодія і співвідношення в Інтернеті.

ТЕМА 2. Інтернет-комунікації в туристичній діяльності

Еволюція Інтернет-технологій. Види Інтернет комунікацій: загально інформаційні або жанри новин; науково-освітні і спеціальні інформаційні; художньо-літературні; ділові і

комерційні. Можливості Інтернет у формуванні, просуванні і реалізації туристичного продукту. Використання QR-кодів у сфері туризму.

ТЕМА 3. Он-лайн стратегія туристичної діяльності

Стратегія в Інтернеті. Аналіз поведінки клієнтів он-лайн. Роль цілей у підвищенні ефективності бізнесу. Основні відомості про пошукові системи. Взаємодія пошукової системи з мережею. Основні відомості про звичайний пошук. Основні відомості про пошукову рекламу.

ТЕМА 4. Туристичні сайти, їх дизайн, наповнення, використання, просування

Основні форми просування компанії в мережі Інтернет. Інтернет-комунікації та їх вплив на конкурентні позиції підприємства. Аналіз сайту туристичного підприємства, його змістового наповнення. Загальні принципи просування сайту. Методи просування та розкрутки сайту.

Модуль 2 ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЙ В ТУРИЗМІ

ТЕМА 5. Вивчення поведінки та вимог споживачів турпослуг з використанням Інтернет технологій

Цільова аудиторія і «портрет» клієнта. Веб-аналітика. Вивчення статистики та залучення клієнтів. Відстеження кількості дзвінків і переходів. Планування і проведення рекламних кампаній і моніторинг їх ефективності. SERM (Search Engine Reputation Management). Складання портрету цільової аудиторії. Модель прийняття рішень про покупку в мережі Інтернет.

ТЕМА 6. Робота з пошуковими системами в Інтернеті

Основні відомості про оптимізацію пошукових систем. Роль плану оптимізації пошукових систем. Процес оптимізації пошукових систем. Вибір ключових слів. Визначення реальних цілей оптимізації пошукових систем. Оптимізація веб-сторінок для пошуку. Користь від інших веб-сайтів. Оптимізація пошукових систем для різних країн.

ТЕМА 7. Соціальні мережі та їх можливості у туризмі

Основні відомості про соціальні мережі. Вибір потрібної соціальної мережі. Визначення цілей для роботи в соціальних мережах. Реєстрація в соціальній мережі. Довгостроковий план використання соціальних мереж. Реклама в соціальних мережах. Оцінювання успіху роботи в соціальних мережах. Основні відомості про мобільний Інтернет і мобільні додатки. Основні відомості про рекламу на мобільних пристроях. Пошукові кампанії для мобільних пристроїв. Медійні кампанії для мобільних пристроїв. Кампанії в соціальних мережах, орієнтовані на мобільні пристрої.

ТЕМА 8. Формування нових туристичних продуктів на основі аналізу даних веб-аналітики

Використання даних для аналізу аудиторії он-лайн. Цикл даних. Важливість аналітики веб-сайту. Робота з даними в електронних таблицях. Ефективне презентування даних.

Формування програмних компетентностей

Індекс в матриці ОП	Програмні компетентності
Інтегральна	здатність ставити та успішно розв'язувати на достатньому професійному рівні складні науково-дослідницькі та практичні задачі, узагальнювати практику туризму і рекреації, прогнозувати напрями їх розвитку, вирішувати професійні проблеми та практичні завдання у сфері туризму і рекреації, як в процесі навчання, так і в процесі роботи, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
ЗК 2	Здатність до організації, планування, прогнозування результатів діяльності.
ЗК 10	Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
ЗК 11	Здатність визначити наявність проблеми, аналізувати та вирішувати її, обґрунтовувати управлінські рішення та забезпечувати їх дієвість.
ЗК 13	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, обробки та інтерпретації з використанням базових знань, що необхідні для здійснення професійної діяльності.
ФК 1	Здатність застосовувати у професійній діяльності категорійно-термінологічний апарат, концепції, методи та інструментарій системи наук, що формують науковий базис туризму та рекреації.
ФК 5	Здатність використовувати теорію і методи інноваційно-інформаційного розвитку на різних рівнях управління.
ФК 6	Здатність до організації та управління туристично-рекреаційним процесом на локальному і регіональному рівнях, в туристичній дестинації, на туристичному та рекреаційному підприємстві.
ФК 11	Здатність оперувати інструментами збору, обробки інформації, аналізувати та управляти туристичною інформацією.
ФК 12	Здатність до підприємницької діяльності на національному та міжнародному туристично-рекреаційних ринках
ПРН 1	Спеціалізовані концептуальні знання, що включають сучасні наукові здобутки, критичне осмислення проблем у сфері туризму та рекреації і на межі галузей знань
ПРН 3	Застосовувати сучасні цифрові технології, методи та інструменти дослідницької та інноваційної діяльності для розв'язання складних задач у сфері туризму та рекреації
ПРН 4	Знання закономірностей, принципів та механізмів функціонування туристично-рекреаційного ринку.
ПРН 12	Використовувати комунікативні навички і технології, ініціювати запровадження методів комунікативного менеджменту в практику діяльності суб'єктів туристичного бізнесу.

Літературні джерела

Основна література

1. Буйницька О. П. Інформаційні технології та технічні засоби навчання: Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2012. 240 с.
2. Буров Є. Комп'ютерні мережі: Наукове видання. 2-ге оновлене і доповн. Вид. Львів: БаК, 2003. – 584 с.: іл.
3. Гаврилов В. П. Інформаційні системи і технології в туризмі : навчальний посібник для здобувачів напряму підготовки 6.140103 "Туризм". Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. 168 с.

4. Гордієнко І. В. Інформаційні системи і технології в менеджменті : навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. 2-ге вид., перероб. і доп. К. : КНЕУ, 2003. 259 с.
5. Кастельс М. Інтернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства. К. : Ваклер, 2007. 304 с.
6. Пінчук Н. С., Галузинський Г. П., Орленко Н. С. Інформаційні системи і технології в маркетингу : навч. Посібн. 2-ге вид., перероб. і доп. К. : КНЕУ, 2003. 352 с.
7. Томашевський О.М. Інформаційні технології та моделювання бізнес процесів: Навчальний посібник / О.М. Томашевський, Г.Г. Цегелик, М.Б. Вітер, В.І. Дубук. – К.: Видавництво «Центр учбової літератури», 2012. 296 с.

Додаткова

1. Дульська І.В. Інформаційно-комунікаційні технології як технологічний базис інклюзивного соціального та економічного зростання. Український соціум. 2018. № 1 (64). С.59-73.
2. Грабар М.В. Сучасні тенденції мобільного маркетингу у сфері туризму. International Partnership and Cooperation of Ukraine in Wartime: Collective monograph / edited by D. Nascimento, G. Starchenko. University of Coimbra, Portugal - Chernihiv: REICST, 2022. P. 83-109
3. Грабар М.В. Основні показники цифрової трансформації міжнародної туристичної індустрії. Проблеми економіки». № 3 (49). 2021. С. 10-15 <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2021-3-10-15>
4. Грабар М.В. Інформаційні системи та технології на туристичному ринку: сучасність та перспективи. Інфраструктура ринку. 2020. №39. С.26-32 URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/39_2020_ukr/7.pdf
5. Грабар М.В., Кашка М.Ю. Історія розвитку мобільних додатків та їх взаємозв'язок із туристичною індустрією. Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. 2019. Том 1, № 24. С.9-13
6. Грабар М.В. Зростання ролі цифрової трансформації туризму в контексті впливу COVID-19. Вплив обліку та фінансів на розвиток економічних процесів: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Берегове, 15 червня 2022 р.). Ужгород : ФОП Сабов А. М., 2022. С. 417-418.
7. Цифровий маркетинг - модель маркетингу XXI сторіччя: монографія /. Окландер М. А. та ін. / за ред.. М.А. Окландера. Одеса: Астропринт, 2017. 296 с.
8. Юдін О. М., Макарова М. В., Лавренюк Р. М. Системи електронної комерції: створення, просування і розвиток : монографія. Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011.201 с.
9. Hrabar M., Kashka M. Tourist internet advertising: current state and trends of development. Social and legal aspects of the development of civil society institutions: collective monograph. Part I. Warsaw: BMT Erida Sp.z o.o., 2019. 61-76 p.
10. Hrabar M., Kashka M. Influence of mobile applications on tourism. The Potential of Modern Science: collective monograph. Volume 2. London: Sciemcee, 2019. 305 p.

Політика оцінювання

- Політика щодо дедлайнів та перескладання: Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75% від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- Політика щодо академічної доброчесності: Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття.

Оцінювання

Види оцінювання	% від остаточної оцінки
Модуль 1 (теми 1-4) усне опитування, тести, завдання	50
Модуль 2 (теми 5-8) усне опитування, тести, завдання	50
Підсумковий контроль (теми 1-8) – тести, завдання (складається здобувачем у разі отримання оцінки FX)	100

Відмітка про залік у національній шкалі (“зараховано”, “не зараховано”) та оцінка в шкалі ЄКТС виставляється на підставі семестрового рейтингового бала здобувача за дисципліну таким чином:

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 - 100	A	відмінно	зараховано
82 - 89	B	добре	
75 - 81	C		
64 - 74	D		
60 - 63	E	задовільно	не зараховано з можливістю повторного складання
35 - 59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	
0 - 34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

До силабусу додаються навчально-методичні матеріали з дисципліни, що знаходяться у відповідному контенті на системі електронного навчання Moodle.