



СУЧАСНІ МЕТОДИ ПРОСУВАННЯ ВІРТУАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

спеціальність	не обмежено	обов'язковість дисципліни	Вибіркова
освітня програма	не обмежено	факультет	Управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю
освітній рівень	не обмежено	кафедра	Туризму

ВИКЛАДАЧ

Харчевнікова Лілія Сергіївна



Вища освіта – спеціальність менеджер-економіст

Науковий ступень - кандидат економічних наук 08.00.04 економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)

Вчене звання – доцент кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування

Досвід роботи – понад 10 років

Показники професійної активності з тематики курсу:

- Автор статей у фахових виданнях, співавтор розділу колективної монографії;
- Учасник наукових і методичних конференцій;
- Член громадських організацій «Громадської організації туристичний розвиток регіонів» та «Науковий центр дидактики менеджмент-освіти».

телефон	063-294-35-86	електронна пошта	kharchevnikova.lily@btu.kharkov.ua	дистанційна підтримка	Вайбер, телеграм
---------	---------------	------------------	------------------------------------	-----------------------	------------------

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНЮ КОМПОНЕНТУ (ДИСЦИПЛІНУ)

Мета	Формування знань і практичних навичок щодо сучасних методів просування віртуального туристичного продукту з урахуванням
------	---

	цифрової трансформації індустрії туризму, впливу інформаційних технологій, поведінки споживачів у цифровому середовищі, правових аспектів та ефективності діяльності підприємств туристичного сектору.
Формат	лекції, практичні та семінарські заняття, консультації, самостійна робота, індивідуальні завдання.
Деталізація результатів навчання і форм їх контролю	Завдання дисципліни: <ul style="list-style-type: none"> - Ознайомити студентів із поняттям віртуального туристичного продукту та його особливостями. - Визначити сучасні технологічні рішення у сфері цифровізації туризму. - Дослідити інструменти взаємодії споживачів із віртуальним туристичним продуктом. - Аналізувати світовий досвід використання віртуальної та доповненої реальності в туризмі. - Розглянути правові та етичні аспекти цифрового просування туристичних продуктів. - Оцінити ефективність цифрових каналів комунікації для туристичних підприємств. - Дослідити вплив big data, штучного інтелекту та автоматизації на процеси у сфері туризму. - Визначити перспективи розвитку віртуального туризму та можливості його впровадження. .
Обсяг і форми контролю	3 кредити ECTS (90 годин): 12 годин лекції, 18 годин практичні заняття; модульний контроль; підсумковий контроль –залік.
Вимоги викладача	дотримання норм етичної поведінки, активність, вчасне виконання завдань
Умови зарахування	згідно з навчальним планом

СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ (ДИСЦИПЛІНИ)

Лекція 1.	Концепція віртуального туристичного продукту: сутність, особливості та еволюція	Практичне заняття 1 (ПЗ 1)	Віртуальний туризм як самостійна галузь: аналіз перспектив та викликів	Самостійна робота	Вплив 5G на розвиток цифрового туризму Метавесвіт та його потенціал для туристичної індустрії Роль штучного інтелекту в персоналізації туристичних продуктів Використання геоданих у туристичних додатках Інтерактивні гіді та мобільні додатки у віртуальному туризмі Екологічний аспект цифрового туризму: переваги та виклики Економічні ефекти розвитку цифрового туризму для країн, що розвиваються .
Лекція 2.	Цифрові платформи та технології у формуванні туристичних послуг	ПЗ 2	Використання VR- та AR-технологій у створенні туристичних маршрутів		
Лекція 3.	Віртуальна та доповнена реальність у туризмі: вплив на сприйняття туристичного досвіду	ПЗ 3	Автоматизація обслуговування туристів: переваги та ризики		
Лекція 4.	Юридичні аспекти та етичні питання цифрового просування туристичних продуктів	ПЗ 4	Штучний інтелект та автоматизація у сфері туризму: чат-боти, голосові асистенти, нейромережі		
Лекція 5.	Аналіз даних та персоналізація віртуальних туристичних послуг	ПЗ 5	Використання блокчейну та smart-контрактів у туристичному секторі		
Лекція 6.	Перспективи розвитку цифрового туризму: глобальні тенденції та можливості	ПЗ 6	Взаємодія споживачів із віртуальними туристичними продуктами: поведінкові аспекти		
		ПЗ 7	Етика та правове регулювання цифрового туризму		
		ПЗ 8	Аналіз ефективності онлайн-платформ для бронювання та віртуального відвідування туристичних об'єктів		
		ПЗ 9	Глобальні тренди цифровізації туризму та їхній вплив на локальні туристичні ринки		

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА ТА МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

Література

1. Сущенко О.А., Кравченко В.В. Проблематика та специфіка становлення віртуального туризму як напрямку розвитку інформатизації діяльності туристичного підприємства. (2019)
2. Задорожна В.О., Мареха І.С. Використання інструментів інтернет-маркетингу для просування туристичного продукту. (2021).
3. Чорна М.В. Інноваційні технології просування туристичних продуктів. (2020).
4. Альдошина Т.В. Сучасні методи просування турпідприємств на ринку України. (2014).
5. Руденко Л.В. Розробка проекту віртуального туристичного продукту. (2020).
6. Завада Ю.В. Просування туристичного продукту через соціальні мережі (на прикладі туристичної компанії). (2021).
7. Ciliberti E.C., Fiore M., Mongiello M. Development of a Metaverse Platform for Tourism Promotion in Apulia. (2023).
8. Shikhri R., Poretski L., Lanir J. Analyzing Behavior and User Experience in Online Museum Virtual Tours. (2023).
9. Коваленко О.М. Digital-технології у сучасному туристичному бізнесі: особливості розвитку та перспективи. (2022).
10. Петренко І.В. Сучасні методи просування та стимулювання збуту туристичних продуктів. (2021).
11. Бібліотека ім. В.І. Вернадського URL: <http://www.nbu.gov.ua/>
12. Бібліотека ім. В.Г. Короленко. URL: <http://korolenko.kharkov.com/>
13. Бібліотека ХНТУСГ. URL: <https://library.khntusg.com.ua/>
14. Електронна бібліотека. URL: <http://lib.meta.ua/>
15. Студентська електронна бібліотека URL: <http://www.lib.ua-ru.net/>
16. Нормативно-правова база України URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/>

Методичне забезпечення

Викладання навчального курсу здійснюється з використанням підручників, навчальних посібників, презентаційного матеріалу тощо.

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ (<https://cutt.ly/1HoWYh9>)

СИСТЕМА		БАЛИ	ДІЯЛЬНІСТЬ, ЩО ОЦІНЮЄТЬСЯ
Підсумкове оцінювання	100 бальна ECTS (стандартна)	до 50	50% від усередненої оцінки за модулі
		до 50	підсумковий контроль
Модульне оцінювання	100 бальна сумарна	до 50	виконання практичних завдань
		до 20	усні відповіді на лабораторно-практичних заняттях
		до 30	результат засвоєння блоку самостійної роботи

НОРМИ АКАДЕМІЧНОЇ ЕТИКИ ТА ДОБРОЧЕСНОСТІ

Всі учасники освітнього процесу (в тому числі здобувачі освіти) повинні дотримуватися кодексу академічної доброчесності та вимог, які прописані у положенні «Про академічну доброчесність учасників освітнього процесу ДБТУ»: виявляти дисциплінованість, вихованість, поважати гідність один одного, проявляти доброзичливість, чесність, відповідальність.