



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «PR-ТЕХНОЛОГІЇ ТА БРЕНДИНГ В ТУРИЗМІ»

Рівень вищої освіти: Перший (бакалаврський)

Спеціальність: 242 Туризм

Рік навчання: 4-й, семестр 8-й

Кількість кредитів ECTS: 5 кредитів

Назва кафедри: Менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, готельно-ресторанної справи та туризму

Мова викладання: українська

Лектор курсу	д.е.н., доц. Головня Олена Михайлівна
Контактна інформація лектора (e-mail)	elen@vsau.vin.ua , ellens@meta.ua

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«PR-технології та брендинг в туризмі» є вибірковою компонентою ОПП.

Загальний обсяг дисципліни 150 год.: лекції - 24 год.; практичні заняття - 22 год., самостійна робота - 104 год.

Формат проведення: лекції, практичні заняття, семінарські заняття, консультації. Підсумковий контроль – залік.

ПРЕРЕКВІЗИТИ І ПОСТРЕКВІЗИТИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

При вивченні даної дисципліни використовуються знання, отримані з таких дисциплін (пререквизитів): «Рекреалогія».

Основні положення навчальної дисципліни мають застосовуватися при вивченні таких дисциплін (постреквизитів): «Інформаційні системи та технології в туристичній індустрії».

ХАРАКТЕРИСТИКА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Призначення навчальної дисципліни

Дисципліна спрямована на оволодіння необхідними знаннями та навичками для виконання функцій прес-секретаря, менеджера комунікаційної структури, експерта, консультанта, референта в державних і громадських установах та організаціях соціокультурної сфери, комерційних структурах з питань масової інформації та ділової комунікації, суспільних зв'язків, гуманітарних технологій. Під час розробки туристичного бренду, як системи ототожнення, фахівці прагнуть створити сукупність візуальних знаків, що в ідеальному випадку несуть смислове

навантаження (символ, колір, слоган, зображення та ін.) і дають змогу встановлювати зв'язок між туристичним брендом і покупцями, задавати чітку позицію туристичного бренду в системі цінностей і переваг споживачів.

Мета вивчення навчальної дисципліни

Мета викладання навчальної дисципліни – вивчення теоретичних засад організації PR-діяльності та брендингу, практичних навичок із організації роботи з громадськістю, вмінь визначення та використання основних елементів PR-технологій в інформаційно-консультаційній діяльності в туристичній сфері.

Завдання вивчення дисципліни

Пропонований курс охоплює проблеми організації та забезпечення ефективної комунікації та діяльності будь-яких інституцій, спрямованих на встановлення відносин із громадськістю шляхом цілеспрямованого формування громадської думки та управління нею. Зміст курсу значною мірою орієнтований на знання політології, історії, соціології, психології комунікації, теорії дискурсу.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач повинен сформувати такі програмні компетентності:

Інтегральна компетентність: Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі туристичної діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог до професійної, навчальної або дослідницької діяльності

Загальні компетентності:

ЗК 1. Розуміння та власне осмислення основних світоглядних концепцій і принципів у навчанні і професійній діяльності

ЗК 2. Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу

Спеціальні (фахові) компетентності (ФК):

ФК 10. Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал

ФК 11. Здатність використовувати в роботі туристичних підприємств інформаційні технології та офісну техніку

ФК 12. Здатність визначати індивідуальні туристичні потреби, використовувати сучасні технології обслуговування туристів та вести претензійну роботу

Програмні результати:

ПРН 5. Здатність продемонструвати знання та розуміння на базовому рівні елементів теоретичної бази з туризму, формування гнучкого мислення.

ПРН 12. Прийняття рішень у складних і непередбачуваних умовах, що потребує застосування нових підходів та прогнозування

ПРН 14. Організовувати роботи по стандартизації і сертифікації туристичного продукту, проводити моніторинг і оцінку ефективності процесів в туристській індустрії.

Вивчення даної компоненти формує у студентів вищої освіти ряд соціальних навичок (soft skills): комунікативність (реалізується через: метод роботи в парах та групах, метод самопрезентації), робота в команді (реалізується через: метод проектів), лідерські навички (реалізується через: робота в групах, метод проектів, метод самопрезентації).

План вивчення навчальної дисципліни

№ з/п	Назви теми	Форми організації навчання та кількість годин		Самостійна робота, кількість годин
		лекційні заняття	практичні заняття	
1	Тема 1. Паблік рилейшнз як сфера професійної діяльності	2	2	8
2	Тема 2. Сучасна концепція паблік рилейшнз у туристичному бізнесі	2	2	6
3	Тема 3. Паблік рилейшнз у системі управління туристичним підприємством	2	2	6
4	Тема 4. Маркетингові дослідження у паблік рилейшнз для туристичного бізнесу	2	2	6
5	Тема 5. Засоби паблік рилейшнз у туристичному бізнесі	2	2	6
6	Тема 6. Державно-приватне партнерство в сфері туристичного бізнесу	2	2	6
7	Тема 7. Іміджелогія у туристичному бізнесі	2	2	6
8	Тема 8. Управління PR-кампаніями у туристичному бізнесі	2	2	6
9	Тема 9. PR-акції та PR-операції у туристичному бізнесі	2	2	4
10	Тема 10. Корпоративна і соціальна відповідальність туристичних підприємств	-	2	6
11	Тема 11. Брендинг в туризмі: сутність та складові. Ребрендинг як засіб конструювання рекламних комунікацій туристичного підприємства	2	-	6
12	Тема 12. Лобіювання в системі формування національного бренду.	2	2	4
13	Тема 13. Паблік рилейшнз у конфліктних і кризових ситуаціях туристичного бізнесу	2	-	4
Разом		24	22	46

Самостійна робота студента (СРС) — це форма організації навчального процесу, при якій заплановані завдання виконуються студентом без безпосередньої

участі викладача. СРС є основним засобом оволодіння навчальним матеріалом у час, вільний від обов'язкових навчальних занять.

Мета самостійної роботи студентів: розвиток творчих здібностей та активізацій розумової діяльності студентів; формування в студентів потреби безперервного самостійного поповнення знань; здобуття студентом глибокої системи знань як ознаки міцності знань; самостійна робота студентів як результат морально-вольових зусиль.

Методичне керівництво самостійною роботою студента з дисципліни «PR-технології та брендинг в туризмі» здійснює викладач.

Метою СРС є засвоєння навчальної програми в повному обсязі та послідовне формування у студентів самостійності як риси характеру, що відіграє суттєву роль у підготовці сучасного фахівця вищої кваліфікації.

В ході самостійної роботи студент має перетворитися в активного учасника навчального процесу, набути здатність самостійного оволодіння теоретичними і практичними компетенціями, вільно орієнтуватися в інформаційному просторі.

Основні види самостійної роботи здобувача

№	Вид самостійної роботи	Години	Терміни виконання	Форма та метод контролю
1	Самостійна робота з метою підготовки до поточних аудиторних занять	24	щотижнево	Усне та письмове опитування
2	Аналіз конкретної виробничої ситуації та підготовка аналітичної записки (Case Study)	16	2 рази на семестр	Усне та письмове опитування
3	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань з доповіддю та презентацією за заданою проблемною тематикою	20	2 рази на семестр	Виступ в аудиторії з презентацією, усний захист, дискусія в групі на тему презентації
4	Підготовка до модульного контролю та іспиту	14	3 рази на семестр	Тестування у системі Сократ
Разом		74		

Список основної та додаткової літератури Основна

1. Взаємодія з громадськістю : зб. звітів за результатами оцінки діяльності органів викон. влади / [упоряд. Л. Паливода ; ред. І. Яцик]. Київ : ТЦК, 2018. 71 с.

2. Етика в рекламній та PR-діяльності: конспект лекцій з дисципліни для здобувачів вищ. освіти першого (бакалавр.) рівня. Львів : Вид-во Львів. торг.-екон. ун-ту, 2018. 79 с.

3. Зв'язки з громадськістю : словник фахівця / Л. О. Кочубей та ін. ; за наук. ред. д-ра пед. наук, проф. М. М. Поплавського ; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. Київ : КНУКіМ, 2017. 77 с.

4. Іващенко А.В., Юр'єв В.І., Манжос Е.О., Польова Е.О. Інноваційне управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства у системі рекреаційно-туристичного природокористування: монографія. Вінниця: ВНАУ. Вінниця: ТОВ «Твори». 2019. 373 с.

5. Луцяк В.В., Польова О.Л., Ставська Ю.В., Мостенська Т.Г. Управління бізнес-процесами в ГРС: навчальний посібник. Вінниця: ВНАУ. Вінниця: ТОВ «Твори». 2019. 331 с.

6. Стельмахова, Олександра. Піаритись не можна зупинитись : розумна кн. про PR та медіа в Україні / Олександра Стельмахова. Дніпро : Ліра, 2019. 193 с.

7. Сухицька, Н. В. Теорія і практика зв'язків із громадськістю. Курс лекцій: навч. посіб. Київ : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2018. 382 с.

Додаткова

1. Olishavska Y. A. Street art in the context of urban tourism development. *Journal of geology, geography and geoecology*. 2022. Vol. 31(1). С. 120-132.

2. Sergeeva A. M. Development of children and youth tourism in the modern social space of Kazakhstan. *Journal of geology, geography and geoecology*. 2022. Vol. 31(1). С. 142-151.

3. Stepanavičius E. Trends in the implementation of corporate social responsibility in the tourism sector. *Humanities studies*. 2022. Вип. 10. С. 122-127.

4. Батьковець Н. О. Управління процесом формування бренду України на ринку міжнародного туризму. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2017. Вип. 53. С. 37-41.

5. Головня О.М. Сучасні детермінанти системних соціально-економічних трансформацій туристичного бізнесу. *Бізнес-інформ*. 2019. № 5. С. 111-116.

6. Головня О.М. Тенденції розвитку готельно-ресторанного господарства в умовах формування соціально орієнтованої національної економіки. *Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2019. № 1. С.

7. Д'яконова А. К. Інноваційні напрямки розвитку закладів туристичного господарства. *Економіка харчової промисловості*. 2021. Т. 13, Вип. 1. С. 62-68. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/echp_2021_13_1_8.

8. Кичко І. І. Перспективи використання системи оцінювання персоналу підприємств туристичного бізнесу за критеріями компетентності та особистого внеску. *Ефективна економіка*. 2021. № 3. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2021_3_9.

9. Масленніков Є. І. Траєкторія формування конкурентоспроможності та структурних перетворень у готельно-ресторанному сегменті національної економіки. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2021. № 1. С. 48-56. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/itgtsse_2021_1_8.

10. Медведєв Г. В. Перспективи категоризації туристичних господарств та уніфікація систем оцінювання. *Інновації та технології в сфері послуг та харчування*. 2020. № 2. С. 90-98. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/itsph_2020_2_12.
11. Павлова О. О. Піар-технології в Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія*. 2018. Вип. 36(1). С. 159-162. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_filol_2018_36\(1\)_44](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_filol_2018_36(1)_44).
12. Симонович Н. Визначальні особливості професійної підготовки майбутніх фахівців готельно-ресторанної справи. *Нова педагогічна думка*. 2021. № 2. С. 39-42. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npd_2021_2_9.
13. Сіті-брендинг : навч. посібник / Н. М. Влащенко; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 151 с.
14. Ставська Ю.В. Готельний бізнес в сучасних умовах: актуальні проблеми та тенденції розвитку. *Інфраструктура ринку*. 2019. Випуск 35. С. 284-289. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/35-2019>
15. Угоднікова О. І. Порівняння специфіки та особливостей визначення поняття маркетингу та брендингу у галузі туризму та готельного господарства *ScienceRise*. 2017. № 7. С. 15-18.

Контроль і оцінка результатів навчання

У кінці семестру, здобувач вищої освіти може набрати до 60% підсумкової оцінки за виконання всіх видів робіт, що виконуються протягом семестру, до 10% за показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності і до 30% підсумкової оцінки – за результатами підсумкового контролю.

	Вид навчальної діяльності	Бали
Атестація 1		
1	Уважність на лекціях, наявність конспективних записів	6
2	Участь у роботі на практичних заняттях	6
3	Аналіз конкретної виробничої ситуації та підготовка аналітичної записки (Case Study)	6
4	Виконання контрольних робіт, тестування	6
5	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань з доповіддю та презентацією за заданою проблемною тематикою	6
	Всього за атестацію 1	30
Атестація 2		
6	Уважність на лекціях, наявність конспективних записів	6
7	Участь у роботі на практичних заняттях	6
8	Аналіз конкретної виробничої ситуації та підготовка аналітичної записки (Case Study)	6
9	Виконання контрольних робіт, тестування	6
10	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань з доповіддю та презентацією за заданою проблемною тематикою	6
	Всього за атестацію 2	30

	Показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності	10
	Підсумкове тестування	30
	Разом	100

Шкала оцінки знань здобувача

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою для екзамену
90 – 100	A	відмінно
82-89	B	добре
75-81	C	
66-74	D	задовільно
60-65	E	
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Якщо здобувач упродовж семестру за підсумками контрольних заходів набрав (отримав) менше половини максимальної оцінки з навчальної дисципліни (менше 35 балів), то він не допускається до заліку чи екзамену. Крім того, обов'язковим при мінімальній кількості балів за підсумками контрольних заходів є виконання індивідуальної творчої роботи (презентації).

Програма навчальної дисципліни передбачає врахування результатів неформальної та інформальної освіти при наявності підтверджуючих документів як окремі кредити вивчення навчальних дисциплін.

Критерії поточного оцінювання знань здобувачів вищої освіти

Участь у дискусіях на лекційних та практичних заняттях, виконання контрольних робіт, індивідуальні та групові творчі завдання, тестування	Критерії оцінювання
90-100%	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі тестові завдання.
73-89%	Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при

	викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив більшість тестових завдань.
55-72%	В цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив половину тестових завдань.
35-54%	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності, правильно вирішив меншість тестових завдань.
15-34%	Частково володіє навчальним матеріалом не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки. Правильно вирішив окремі тестові завдання.
0-15%	Не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань. Не вирішив жодного тестового завдання.

Розробник

Д.е.н., доцент кафедри _____ О.М. Головня

Завідувач кафедри _____ Ю.В. Ставська