

**ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА**

ГЕОГРАФІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА ЕКОНОМІЧНОЇ ГЕОГРАФІЇ ТА ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

СИЛАБУС
навчальної дисципліни
ІМЕДЖЕОЛОГІЯ ТА PR В ТУРИЗМІ

Вид дисципліни (за компонентом ОП): вибіркова

Освітньо-професійна програма: Менеджмент туристичної індустрії

Спеціальність: 073 Менеджмент

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Назва факультету, на якому здійснюється підготовка фахівців за вказаними освітньо-професійними програмами: географічний

Мова навчання: українська

Розробник: кандидат економічних наук, асистент Єремія Ганна Іванівна

Профайл викладача (-ів)

Контактний тел. 0508148324

E-mail: h.yeremiia@chnu.edu.ua

Сторінка курсу в Moodle

Консультації

Вид консультації	День проведення	Час проведення
Очні консультації	понеділок	13.00-14.00
Онлайн-консультації	четвер	15.00-16.00

1. Анотація дисципліни (призначення навчальної дисципліни).

«Іміджологія та PR в туризмі» - комплексна дисципліна, представлена системою знань, відокремлених від класичного вчення піару з метою надання спеціалізованої інформації майбутньому спеціалісту в галузі міжнародного туризму. Навчальна дисципліна вивчає особливості управління піар-процесами у галузі туризму та шляхи залучення нових клієнтів. Формування позитивного іміджу та вдалої піар-компанії сприяє розвитку туристичної фірми, виступаючи як основа правильної маркетингової політики, створення якісного туристичного продукту, оптимізації роботи туристичної компанії. Отримана студентами інформація може бути використана для впровадження елементів іміджології у формування стратегії туристичної фірми та навиків PR-роботи. Знання курсу «Іміджологія та PR в туризмі» є необхідною умовою для здобуття подальших професійних знань для роботи із клієнтами, партнерами, іншими суб'єктами підприємницької діяльності, що відносяться до туристичної галузі, а також підвищення загальної і професійної культури студентів.

2. Метою вивчення дисципліни «Іміджологія та PR в туризмі» є надання майбутнім фахівцям комплексу знань про особливості провадження PR-роботи та ресурсів туристичної компанії щодо можливості їх використання в туристичній діяльності.

Досягненню цієї мети підпорядковані такі **завдання**:

- ознайомити студентів з роллю й місцем PR-роботи в системі економічних наук та розвитку туристичного бізнесу;
- визначити специфіку формування іміджу та PR-повідомлень туристичної фірми, а саме: термінологію, поняття, визначення, що використовуються у маркетингових та PR-дослідженнях;
- визначити місце PR-підрозділів у структурі організації;
- ознайомити з проблемами використання, формування та розповсюдження засобів PR;
- охарактеризувати методи PR-роботи у туризмі, формування іміджу компанії – діяльність з реалізації плану PR-активності;
- проаналізувати ресурсні бази види робочих комунікацій по PR.
- визначити тенденції та перспективи розвитку PR-комунікацій в індустрії туризму.

3. Пререквізити. З метою підвищення ефективності засвоєння курсу здобувач вищої освіти має вивчити наступні дисципліни: «Маркетинг», «Адміністративний менеджмент в туризмі», «Менеджмент підприємств туристичної індустрії», «Комунікацій менеджмент».

4. Результати навчання.

Компетентність, що забезпечує. Вивчення курсу забезпечує формування у фахівців компетентності щодо базових принципів, основних категорій, сучасних концепцій, теоретичних положень і практичних методів управління персоналом.

Загальні компетентності

Спеціальні компетентності

Програмні результати. Формування результатів навчання ґрунтується на визначених освітньо-професійною програмою компетентностях, при врахуванні їх сформованості залежно від освоєних раніше чи суміжно подібних дисциплінах та виконанні завдань з професійної діяльності згідно кваліфікації.

У результаті вивчення навчальної дисципліни, студент повинен набути такі результати навчання:

1. **Знання:** концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень. Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності.
2. **Уміння:** розв'язання складних непередбачуваних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів.

3. Комунікація: донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності. Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію.

4. **Автономність та відповідальність:** управління комплексними діями або проектами, відповідальність з прийняття рішень у непередбачуваних умовах. Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності.

5.Опис навчальної дисципліни

5. Опис навчальної дисципліни

5.1. Загальна інформація

3.1. Загальна інформація											
Форма навчання	Рік підготовки	Семестр	Кількість		Кількість годин						Вид підсумкового контролю
			кредитів	годин	лекцій	практичні	семінарські	лабораторні	самостійна робота	індивідуальні завдання	
Денна	3-й	6	4,5	135	30	30			75		іспит

5.2. Дидактична карта навчальної дисципліни

[illegible]

Тема 1. PR-робота із засобами масової інформації та комунікації. Проведення основних заходів по зв'язках з громадськістю	15	4	2	-	-	7						
Тема 2. Середовище Public Relations.	15	2	2	-	-	8						
Тема 3. Створення письмових матеріалів для роботи у сфері Public Relations	15	4	2	-	-	8						
Тема 4 Міжнародний PR досвід в туризмі	15	2	2			8						
Разом за змістовим модулем 2	60	14	8			31						
Усього годин	120	30	15			75						

5.3. Теми практичних занять

№		Назва теми	Кількість годин	Кількість балів
Змістовний модуль 1				
1.	Назва	Тема 1. Побудова іміджу особистості	5 годин	10 балів
	Завдання	Знати типології іміджу, розуміти значення зовнішнього вигляду працівника турфірми та роль спілкування для побудови іміджу особистості та управлінського працівника.		
2.	Назва	Тема 2. Імідж туристичної організації.	5 годин	10 балів
	Завдання	Знати послідовність формування іміджу турорганізації, розуміти роль реклами як засобу створення іміджу, суть формування фірмового стилю, створення і просування фірмової марки		
3.	Назва	Тема 3. Прикладна іміджологія	5 годин	5 балів
	Завдання	Знати чинники впливу на імідж колективу, розуміти взаємозв'язок національного та особистісного туристичного іміджу України, вміти організовувати заходи щодо підвищення іміджу турфірми, особливості створення іміджу підприємця		
Змістовний модуль 2.				
4.	Назва	Тема 4. Роль PR у забезпеченні ефективної роботи турфірми (організації)	5 годин	5 балів
	Завдання	Знати PR у системі менеджменту та PR у системі маркетингу, розуміти роль PR у забезпеченні зовнішніх зв'язків турфірми (організації).		

5.	Назва	Тема 5. Особливості проведення PR компанії	5 годин	10 балів
	Завдання	Знати обов'язки PR спеціаліста, ключові параметри PR відділів, вміти формувати етапи PR компанії, розуміти особливості PR компаній в туризмі		
6.	Назва	Тема 6. Псевдотехнології паблік рілейшнз і протидія їм	5 годин	10 балів
	Завдання	Знати основні прийоми псевдо технологій PR в туризмі, розуміти роль маніпулювання громадською думкою з використанням ЗМІ, можливості протидії псевдо технологіям PR		
Всього			30	50

5.4. Зміст завдань для самостійної роботи

Змістовний модуль 1.

Тема 1. Брендинг і PR: поняття бренду, брендингу та їх використання у піар-діяльності підприємств сфери послуг.

1 бал/10 годин

Тема 2. Іміджмейкінг у системі Public Relations.

2 бали/ 15 годин

Тема 3. Формування іміджу туристичної компанії.

2 бали/ 10 годин

Змістовний модуль 2

Тема 4. . Поняття громадськості та громадської думки та їхня роль у сфері PR

2 бали / 15 годин

Тема 5. Менеджмент відносин з клієнтом: CRM.

2 бали/ 15 годин

Тема 6. «Чорний PR»: методи атаки та методи захисту.

1 бал/ 10 годин

Всього 10 балів/ 75 годин

* ІНДЗ – для змістового модуля, або в цілому для навчальної дисципліни за рішенням кафедри (викладача) – не передбачено.

Політика оцінювання

Політика щодо академічної доброчесності: Здобувачі вищої освіти зобов'язані дотримуватися правил академічної доброчесності, викладених у Положенні «Про виявлення та запобігання академічному плагиату у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича» (https://drive.google.com/file/d/16eJk4gKG5oJlI2ot4UeSq2_BSGadrPl_/view). Виконувати всі поточні завдання та підсумковий контроль самостійно без допомоги сторонніх осіб; не допускати списування під час проведення контрольних заходів (у т. ч. із використанням мобільних пристроїв).

Політика щодо відвідування: Відвідування занять є обов'язковим. Відпрацювання пропущених занять здійснюється згідно з графіком консультацій викладача. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування, переведення на індивідуальний графік з різних причин) навчання може відбуватись в он-лайн форматі за погодженням із керівником курсу і регламентується «Положенням про організацію освітнього процесу у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича»

Політика щодо визнання результатів здобутих шляхом неформальної освіти: Відповідно до «Положення про взаємодію формальної та неформальної освіти, визнання результатів навчання (здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти, в системі формальної освіти) у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича (протокол №109 від 28 березня 2022 року) (<https://www.chnu.edu.ua/media/3aykf41y/polozhennia-pro-vzaiemodiiu-formalnoi-ta-neformalnoi-osvity.pdf>) допускається зарахування практичних занять, навчальних елементів та отримання додаткових балів при наявності сертифіката (свідоцтва, тощо) отриманого здобувачем у неформальній освіті (курси, тренінги) з вивчення тем охоплених змістовим наповнення курсу. За умови проходження навчальних тренінгів на платформі Prometheus та інших фахових платформах виконання всіх завдань та отримання сертифікату, студент може отримати додатково 10 балів до підсумкової оцінки по освітній компоненті.

Критеріями оцінювання є:

1. Контроль засвоєння лекційного і самостійно опрацьованого теоретичного матеріалу здійснюється на основі *усної співбесіди, оцінювання письмового виконання завдань, тестувань.*
 2. Контроль засвоєння знань та набуття умінь і навичок при виконанні практичних робіт здійснюється шляхом *їх поточної перевірки й оцінювання.*
 3. Матеріал для *самостійної роботи студентів*, який передбачений в темі практичного заняття одночасно із аудиторною роботою, оцінюється під час поточного контролю теми на відповідному аудиторному занятті.
- Кількість балів за кожний навчальний елемент виводиться із суми поточних видів контролю (опитування, тестування, розв'язанні практичних завдань, задач, виконанні завдань самостійного опрацювання, кейсів). Кількість балів за змістовний модуль дорівнює сумі балів, отриманих за навчальні елементи даного модуля. Максимальна кількість балів складає: за 1 модуль – 30 балів, з яких 25 балів за участь у практичних заняттях (10 балів – самостійна робота) та 5 балів – контрольна робота; 2 модуль – 30 балів, з яких 25 балів за участь у практичних заняттях (10 балів – самостійна робота) та 5 балів – контрольна робота.
- Семестровий (підсумковий) контроль проводиться у формі іспиту з врахуванням балів (оцінок) отриманих за два модулі. Іспит проводиться в усній формі і передбачає відповіді на два теоретичні питання (1 питання – 10 балів; 2-е питання – 10 балів), ситуаційне завдання (20 балів) Загальна сума балів, яку може отримати студент – 40 балів.
- Підсумкова оцінка за ОК, яку здобувач освіти може отримати за результатами вивчення дисципліни протягом семестру, становить 100 балів, які виводяться із суми балів поточного контролю за модулями (до 60 балів) та модуля-контролю (екзамену) – до 40 балів.

6. Освітні технології, методи навчання і викладання навчальної дисципліни

Викладання дисципліни передбачає поєднання основних традиційних та інтерактивних методів аудиторного навчання з елементами електронного навчання та консультування, що передбачає використання сучасних інформаційних технологій, платформ та забезпечує засвоєння програмних результатів навчання.

Методи навчання

- МН1 – словесні методи (лекція, дискусія, бесіда, консультація тощо)
- МН2 – практичні методи (практичні або ситуаційні завдання)
- МО3 – бізнес-кейси (індивідуальні або командні)
- МН4 – наочні методи (презентації результатів виконаних завдань, ілюстрації, відеоматеріали, тощо)
- МН5 – робота з інформаційними ресурсами: з навчально-методичною, науковою, нормативною літературою та інтернет-ресурсами

МН6 – електронне та інтерактивне онлайн-навчання (курси, семінари, круглі столи, вебінари)
 МН7 – самостійна робота над індивідуальним завданням або за програмою навчальної дисципліни

7.Контроль та оцінювання результатів навчальних досягнень студентів з навчальної дисципліни

Контрольні заходи включають поточний та підсумковий контроль знань студента. Поточний контроль здійснюється під час проведення семінарських занять, самостійної роботи та має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Підсумковий контроль проводиться з метою оцінки результатів навчання на завершальному етапі.

Мінімальний пороговий рівень оцінки варто визначати за допомогою якісних критеріїв і трансформувати його в мінімальну позитивну оцінку використовуваної числової (рейтингової) шкали. Також, підсумкова оцінка може бути оскаржена здобувачем освіти, процедура регламентується Положенням про апеляцію на результати підсумкового семестрового контролю знань <https://drive.google.com/file/d/16FPnHMJXd2a1362HvDwmvoZ5uEih42ks/view>).

Формою поточного контролю являється усний контроль, а саме: індивідуальне опитування; письмовий контроль: розв'язування задач, вирішення кейсів, ситуативних завдань.

Формою підсумкового контролю – є екзамен.

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
	Оцінка (бали)	Пояснення за розширеною шкалою
Відмінно	A (90-100)	відмінно
Добре	B (80-89)	дуже добре
	C (70-79)	добре
Задовільно	D (60-69)	задовільно
	E (50-59)	достатньо
Незадовільно	FX (35-49)	(незадовільно) з можливістю повторного складання
	F (1-34)	(незадовільно) з обов'язковим повторним курсом

Розподіл балів, які отримують студенти

Вид підсумкового контролю: екзамен

Поточне оцінювання (аудиторна та самостійна робота)											Кількість балів (екзамен)	Сумар на к-ть балів
Змістовий модуль 1						Змістовий модуль 2					40	100
T1	T2	T3	CP		МКР 1	T6	T7	T8	CP			

5	5	5	5		10	5	5	5	5		10		
---	---	---	---	--	----	---	---	---	---	--	----	--	--

8. Рекомендована література

Основна

- 1.Паньків Н. Іміджологія та PR в туризмі: навчально-методичний посібник / Н.Паньків. – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2017. – 120 с.
- 2.Беленкова А.А. PRостой пиар / Беленкова А.А. – М.: НТ Пресс, 2007. – 256 с. – (Бизнес-букварь).
3. Доскова И.С. Public Relations: теория и практика. – М.: Альфа-Пресс, 2004. – 152 с.
- 3.Давидова, О. Ю. Організація в ресторанному господарстві (виробництво) . Харківський державний університет харчування та торгівлі. 2017. 330 с.
- 4.Мальська М. П., Готельний бізнес: теорія та практика. Підручник. 2- вид. перероб. та доп. Київ. 2012. 472 с.
- 5.Мальська, М. П. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика) . М. П. Мальська, О. М. Гаталяк, Н. М. Ганич. Київ : ЦУЛ, 2018. 304 с.
- 6.Менеджмент готельно-ресторанного господарства: підручник . І. Б. Андренко, О. М. Кравець, І. М. Писаревський ; Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків, 2014. 431 с.
- 7.Нечаюк Л. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент. Київ, 2003. 348 с.
- 8.Організація готельно-ресторанної справи : наук.-допом. бібліогр. покажч. [упоряд. О. В. Олабоді, Т. П. Фесун], Київ, 2021. 213 с.

Додаткова:

1. Yermiia, H., Pidgirna, V., & Skihar, K. (2022). DIRECTIONS FOR IMPROVING THE EFFICIENCY OF THE LABOR COLLECTIVE MANAGEMENT SYSTEM. *Economy and Society*, (38). <https://archer.chnu.edu.ua/handle/123456789/4621>
2. Єремія Г.І., Паламарюк М.Ю. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В СИСТЕМІ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ (НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЮ GROFA, БУКОВЕЛЬ). Журнал Інфраструктура ринку http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/62_2021/15.pdf
3. Єремія, Г., Цепенда, М. (2022). Аналіз мотиваційної системи менеджменту готельно-ресторанного комплексу "Георг парк". *Економіка та суспільство*, (36). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-36-33>
4. Завідна, Л. Д. Формування стратегії розвитку підприємства готельного господарства [Електронний ресурс] Бізнес-навігатор. 2020. Вип. 1. С. 120–125.
5. Кашперська, А. І. Деякі аспекти організації контролю підприємств ресторанного господарства. Прогресивна техніка та технології харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2013. Ч. 2. С. 19–20
6. Ковальчук, Т. Г. Перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні в умовах глобалізації світового господарства [Електронний ресурс] Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. Вип. 23(1). С. 126–130.

7. Масленніков, Є. І. Теоретичні аспекти формування іміджу суб'єкта господарювання готельно-ресторанної діяльності [Електронний ресурс] Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. 2018. Т. 17, вип. 3. С. 55–66.

*Детальна інформація щодо вивчення курсу «Іміджеологія та PR в туризмі»
висвітлена у робочій програмі навчальної дисципліни
([покликання на робочу програму навчальної дисципліни,
що розміщена на сайті кафедри](#))
<https://drive.google.com/file/d/1gXjBFtL8C8JftXAQkwURCVOHxs6uAx0l/view>*