

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**



Факультет туризму

Кафедра туризмознавства і краєзнавства

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**  
**ІМІДЖЕОЛОГІЯ ТА PR В ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

Освітньо-професійна програма «Туризмознавство»

Спеціальність 242 «Туризм»

Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

Затверджено на засіданні кафедри  
Протокол № 1 від 30.08. 2022 р.

м. Івано-Франківськ – 2022

## ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Опис дисципліни
3. Структура курсу
4. Система оцінювання курсу
5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу
6. Ресурсне забезпечення
7. Контактна інформація
8. Політика навчальної дисципліни

<b>1. Загальна інформація</b>	
<b>Назва дисципліни</b>	Іміджологія та PR в туристичній діяльності
<b>Освітньо-професійна програма</b>	Туризмознавство
<b>Спеціалізація</b>	–
<b>Спеціальність</b>	242 «Туризм»
<b>Галузь знань</b>	24 «Сфера обслуговування»
<b>Освітній рівень</b>	Магістр
<b>Статус дисципліни</b>	Вибіркова
<b>Курс/семестр</b>	1/2
<b>Розподіл за видами занять та годинами навчання</b>	Лекції – 12 год. Практичні заняття – 18 год. Самостійна робота – 60 год.
<b>Мова викладання</b>	Українська
<b>Посилання на сайт дистанційного навчання</b>	<a href="https://d-learn.pnu.edu.ua/index.php?mod=course&amp;action=ReviewOneCourse&amp;id_cat=73&amp;id_cou=3571">https://d-learn.pnu.edu.ua/index.php?mod=course&amp;action=ReviewOneCourse&amp;id_cat=73&amp;id_cou=3571</a>

<b>2. Опис дисципліни</b>	
<p>Курс спрямований на вивчення особливостей 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. Навчальна дисципліна «Іміджологія і PR в туристичній діяльності» комплексна дисципліна, представлена системою знань, відокремлених від класичного вчення піару з метою надання спеціалізованої інформації майбутньому спеціалісту в галузі туризму.</p> <p>Метою викладення дисципліни «Іміджологія та PR в туристичній діяльності» є формування компетентності щодо об'єктивних закономірностей та особливостей формування іміджу туристичної організації за допомогою використання PR технологій, а також розуміння механізмів їх створення та впливу у туристичній сфері на створення конкурентних переваг.</p> <p>Основними цілями, що мають бути вирішені в процесі викладення курсу, є надання здобувачам вищої освіти:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- вивчення теоретичних аспектів впливу PR та особливостей PR технологій;</li> <li>- оволодіння та подальше вільне оперування професійною термінологією, використовуваною в даній сфері практичної діяльності;</li> <li>- ознайомлення з організаційними аспектами створення інформаційних продуктів PR, їх цілями та засобами здійснення у туристичній сфері;</li> <li>- характеристика засобів впливу, пов'язаних з особливостями джерела інформації, учасників адресатів у її створенні, ціннісними та естетичними особливостями повідомлення;</li> <li>- характеристика інформаційних кампаній для туристичної галузі;</li> <li>- формування у студентів навичок аналізу змісту та складових впливу інформаційних продуктів;</li> <li>- рекомендації до здійснення окремих технологій у туризмі та прогноз їх ефективності залежності від адресатів. Ознайомлення з ефектами впливу PR на формування конкурентних переваг;</li> </ul> <p>ознайомлення з процесом формування іміджу туристичної організації та формування конкурентних стратегій.</p>	

**Компетентності:**

**Інтегральна компетентність.** Здатність розв'язувати складні задачі дослідницького та/або інноваційного характеру у сфері туризму і рекреації.

**ЗК 2.** Здатність вести професійну діяльність у міжнародному та вітчизняному середовищі.

**ЗК7.** Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

**СК3.** Здатність до управління туристичним процесом у публічному секторі, в туристичній дестинації, туристичному підприємстві на різних ієрархічних рівнях.

**Програмні результати навчання:**

**РН6.** Аналізувати та оцінювати діяльність суб'єктів туристичного ринку, планувати результати їх стратегічного розвитку.

**РН 16.** Аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал території.

**3. Структура курсу**

№	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	Тема 1. Вступ до PR та іміджеології: основні поняття, сутність.	Знати основні поняття і специфіку PR, іміджу та іміджелогії. Розуміти застосування публіситі, рекламу і PR, маркетинг і PR. Знати напрямки PR, брендинг і PR. Розуміти застосування іміджмейкінгу та PR.	Питання, тести, самостійна практична робота
2.	Тема 2. Психологічні аспекти PR-технологій	Знати особливості сутність понять «технологія» і «PR-технологія», основні класифікації PR-технологій за різними ознаками. Розуміти основні етапи технологій «паблік рілейшинз». Застосування знань з прикладної психології у сфері зв'язків з громадськістю.	Питання, тести, самостійна практична робота
3.	Тема 3. Основні засоби і заходи PR у сфері туризму	Знати сутність public relations у сфері туризму. Особливості public relations у сфері туризму. Структура PR у сфері туризму. Засоби PR у відносинах із громадськістю. Характеристика спічрайтингу. Наслідки стосунків з пресою. Розуміти структура PR у сфері ЗМІ. Етапи оцінювання ефективності PR-програми. Правила оцінювання ефективності PR-програми.	Питання, тести, самостійна практична робота
4.	Тема 4. Організація та технологічні особливості PR-кампаній	Розуміти про взаємозв'язок між поняттями «PR-кампанія», «PR-операція», «PR- діяльність». Структура PR-кампанії. Знати характеристику базового суб'єкта PR, види технологічних суб'єктів PR,	Питання, тести, самостійна практична робота

		об'єкт PR-кампанії. Основні характеристики PR-кампаній. Вміти застосовувати схему проведення PR- кампанії, а також класифікації PR-кампаній. Розуміти рівні сприйняття PR-кампанії потенційними цільовими групами і широкою громадськістю.	
5.	Тема 5. Середовище public relations	Знати завдання комунікатора. PR-звернення як результат роботи комунікатора, зміст і структура каналів комунікації, бар'єри сприйняття PR-звернень. Вміти застосовувати класифікацію комунікативних стратегій PR відповідно до засобів впливу, які використовуються. Чинники, що впливають на розробку тактики PR-звернень. Розуміти застосування етапів ухвалення рішення щодо тактики засобів розповсюдження PR-повідомлень, а також універсальні правила написання PR-звернення.	Питання, тести, самостійна практична робота
6.	Тема 6. Роль PR у досягненні ефективної роботи туристичної організації	Знати причини відмови туристичних підприємств України від створення власних PR-підрозділів чи прес-служб. Розуміти чинники, від яких залежить структура і масштаб PR-підрозділу, підходи до організації департаменту зв'язків із громадськістю, прес-служби. Розуміти функціональні обов'язки власних департаменту зв'язків із громадськістю, прес-служби, причини звернення до PR-агенції, а також принципи взаємодії внутрішньої PR-служби і керівництва туристичної організації.	Питання, тести, самостійна практична робота
4. Система оцінювання курсу			
Лекції			0
Практичні заняття			50
Тестовий контроль			20
Контрольна самостійна робота			10

Підсумкова контрольна робота												20		
Максимальна кількість балів												100		
<b>5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу</b>														
Види навчальної роботи												Підсумковий тестовий контроль	Сума	
<i>Поточний контроль</i>									<i>КСР</i>					
Практ. 1	Практ. 2	Практ. 3	Практ. 4	Практ. 5	Практ. 6	Практ. 7	Практ. 8	Практ. 9	КСР 1	КСР 2	Контрольн а робота			
5	5	5	5	5	5	5	5	5	10	10	10	20	100	
Мах= 50									Мах= 20			Мах= 10	20	100

<b>6. Ресурсне забезпечення</b>													
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Барна Н.В. Іміджеологія. Навчальний посібник. Київ. Університет»Україна» 2008 217 с.</li> <li>2. Бугрим В. В. Іміджологія / Іміджмейкінг: навчальний посібник. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2014. 250 с.</li> <li>3. Дячук В.П. Іміджеологія. Соціальний вимір. Навчальний посібник. Київ. Видавництво Ліра-К. 2017. 308 с.</li> <li>4. Ковальова І. Педагогічна іміджологія: сутність, етимолгія, шляхи креативного використання у сучасному вищому навчальному закладі. URL: <a href="http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/1582">http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/1582</a> (дата звернення 20.08.2022)</li> <li>5. Мальська М.П. В.В. Худо. Туристичний бізнес: теорія та практика: підручник. 2-ге вид. перероб. та доп. Київі: Центр учбової літератури, 2012. 368 с.</li> <li>6. Паньків Н. Іміджеологія та PR у туризмі. Навчально-методичний посібник. Львів. 2017. 120 с.</li> </ol>													

<b>7. Контактна інформація</b>	
<b>Кафедра</b>	туризмознавства і краєзнавства, м. Івано-Франківськ, вул. Галицька, 201 Б. Кабінет – 309. <a href="https://ktk.pnu.edu.ua/">https://ktk.pnu.edu.ua/</a>
<b>Викладачі</b>	к.пед.наук., доц. Гуменюк Галина Михайлівна
<b>Контактна інформація викладачів</b>	halina.gumenik@pnu.edu.ua;

<b>8. Політика курсу</b>	
<b>Академічна доброчесність</b>	Атмосферу довіри, взаєморозуміння, взаємоповаги потрібно будувати щоденно. Політика ректорату спрямована на академічну доброчесність, прозорість та законність діяльності. Задля цього розроблено та впроваджено «Положення про запобігання академічного плагіату», «Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності», «Кодекс честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Стефаника» і опубліковано їх на сайті. Викладеними в цих документах принципами (відповідальності, справедливості,

	<p>академічної свободи, взаємоповаги, безпеки і добробуту, законності) та правилами поведінки студентів і працівників університету, які базують на відповідних законах, й керується кафедра туризмознавства і краєзнавства у своїй діяльності. В університеті діє «Гаряча лінія» з ректором, «Телефон довіри», більшість вступних іспитів проводиться за комп'ютерно-тестовими технологіями, а іспит за допомогою онлайн-трансляції можна переглядати у реальному часі. Діяльність кафедри, ректорату з питань запобігання та виявлення корупції здійснюється на основі чинного законодавства України.</p>
<b>Пропуски занять</b>	Відпрацювання пропущених занять відбувається у перший день за графіком консультацій викладача з навчальної дисципліни
<b>Виконання завдання пізніше встановленого терміну</b>	Всі завдання здаються у встановлений термін, за винятком поважної причини у студента
<b>Невідповідна поведінка під час заняття</b>	Вирішується згідно чинного законодавства України, Статуту університету
<b>Додаткові бали</b>	Виставляються під час практичних занять за оригінальні відповіді студентів з заявленої теми
<b>Неформальна освіта</b>	Зараховуються до загальної суми балів результати онлайн курсів на платформах Coursera, Prometheus, EdEra, які відповідають програмі навчальної дисципліни (в обов'язку не більше 30% від загальної суми балів)

Викладач \_\_\_\_\_ Гуменюк Г.М.