

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

Факультет туризму

Кафедра туризмознавства і краєзнавства

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Іміджелогія та PR в туристичній діяльності

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

Освітня програма «Туризмознавство»

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

Затверджено на засіданні кафедри
туризмознавства і краєзнавства
Протокол № 1 від “28” серпня 2024 р.

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до навчальної дисципліни
3. Мета та цілі навчальної дисципліни
4. Програмні компетентності та результати навчання
5. Організація навчання
6. Система оцінювання навчальної дисципліни
7. Політика навчальної дисципліни
8. Рекомендована література

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	Іміджологія та PR в туристичній діяльності
Викладач (-і)	Гуменюк Галина Михайлівна, доцент, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризмознавства і краєзнавства;
Контактний телефон викладача	+380990233246
E-mail викладача	halina.gumenik@pnu.edu.ua;
Формат дисципліни	очний/заочний
Обсяг дисципліни	3 кредити ECTS, 90 год.
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua/course/subscription/through/url/4707232119ca2e763c84
Консультації	Консультації проводять відповідно до графіку консультацій сайту кафедри. Також можливі он-лайн консультації через Skype, Viber або подібні ресурси
2. Анотація до навчальної дисципліни	
<p>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. 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.</p>	
3. Мета та цілі навчальної дисципліни	
<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"> - вивчення теоретичних аспектів впливу PR та особливостей PR технологій; - оволодіння та подальше вільне оперування професійною термінологією, використовуваною вданій сфері практичної діяльності; - ознайомлення з організаційними аспектами створення інформаційних продуктів PR, їх цілями та засобами здійснення у туристичній сфері; - характеристика засобів впливу, пов'язаних з особливостями джерела інформації, участю адресатів у її створенні, ціннісними та естетичними особливостями повідомлення; 	

- характеристика інформаційних кампаній для туристичної галузі;
- формування у студентів навичок аналізу змісту та складових впливу інформаційних продуктів;
- рекомендації до здійснення окремих технологій у туризмі та прогноз їх ефективності взаємності від адресації. Ознайомлення з ефектами впливу PR на формування конкурентних переваг;
- ознайомлення з процесом формування іміджу туристичної організації та формування конкурентних стратегій.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати:

- сутність поняття «конкуренція», «конкурентоспроможність», «конкурентоспроможність організації», «конкурентоспроможність послуг» та «конкурентна політика»;
- професійну термінологію, що існує в даній сфері;
- історію становлення та розвитку PR;
- сутність PR та психологічні особливості цього явища;
- види PR, особливості створення інформації PR, взаємодія PR та ЗМІ, участь індивідів, груп, владних структур у створенні цього продукту;
- особливості впливу PR на індивіда, групи, суспільство;
- особливості іміджу туристичної організації та особливості формування конкурентних переваг.

вміти:

- вибирати джерела та канали інформації, систематизувати та обробляти інформацію;
- здійснювати документальний, фактографічний та семантичний пошук інформації, узагальнювати соціально-психологічну інформацію, формулювати висновки та пропозиції;
- формалізувати – переводити зовнішні явища та процеси у знаковий вигляд (здійснювати теоретичне абстрагування);
- інтерпретувати – переводити формалізовану інформацію в іншу знакову систему;
- виявляти зв'язки між елементами інформаційного матеріалу у процесі роботи зі структурованою інформацією, відповідно до визначеної мети діяльності;
- враховувати моральні переконання та смакові уподобання при здійсненні безпечної та ефективної діяльності;
- розробляти та надавати рекомендації щодо організації та проведення пропагандистських, рекламних PR-акцій на замовлення туристичних організацій;
- розробляти рекомендації щодо створення і підтримки позитивного іміджу туристичної організації та формування відповідних конкурентних стратегій.

4. Програмні компетентності та результати навчання

Інтегральна компетентність:

- Здатність розв'язувати складні задачі дослідницького та/або інноваційного характеру у сфері туризму і рекреації.
- ЗК1. Здатність до організації, планування, прогнозування результатів діяльності.
- ЗК4. Здатність розробляти проекти та управляти ними.
- СК3. Здатність до управління туристичним процесом у публічному секторі, в туристичній дестинації, туристичному підприємстві на різних ієрархічних рівнях.

- СК7. Здатність розробляти та впроваджувати інновації в діяльності суб'єктів туристичного ринку

Програмові результати навчання:

- РН3. Застосовувати сучасні цифрові технології, методи та інструменти дослідницької та інноваційної діяльності для розв'язання складних задач у сфері туризму та рекреації.
- РН9. Розробляти та реалізовувати проекти у сфері туризму та рекреації на засадах економічної, соціальної і екологічної ефективності.
- РН10. Приймати ефективні рішення у сфері туризму та рекреації щодо розв'язання широкого кола проблем, зокрема безпеки і якості туристичного обслуговування.
- РН11. Вільно спілкуватися державною та іноземною мовами усно і письмово для обговорення професійних проблем, презентації результатів досліджень та проектів у сфері туризму і рекреації.

5. Організація навчання

Обсяг навчальної дисципліни – 90 год.

Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	10
семінарські заняття / практичні / лабораторні	20
самостійна робота	60

Ознаки курсу

Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
2	242 «Туризм і рекреація»	1	Вибіркова (цикл загальної підготовки)

Тематика навчальної дисципліни

Тема	кількість год.		
	лекції	заняття	сам. роб
Тема 1. Вступ до PR та іміджеології: основні поняття, сутність.	2	2	6
Тема 2. Психологічні аспекти PR-технологій	0	2	7
Тема 3. Основні засоби і заходи PR у сфері туризму	2	2	7
Тема 4. Реклама в діяльності туристичної організації	0	2	7
Тема 5. Організація та технологічні особливості PR-кампаній	2	2	6
Тема 6. Середовище public relations	2	2	7
Тема 7. Кризовий PR та його особливості для туристичної фірми	0	4	6
Тема 8. Роль PR у досягненні ефективної роботи туристичної організації	2	2	7
Тема 9. Формування іміджу туристичної організації	0	2	7
ЗАГ.	10	20	60

6. Система оцінювання навчальної дисципліни	
Загальна система оцінювання курсу	<p>Оцінювання здійснюється за національною та ECTS шкалою на основі 100-бальної системи. (згідно п. 8.3. Види контролю Положення про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника).</p> <p>Загальні 100 балів включають: 50 балів – поточний контроль (практичні заняття) 30 балів – тестовий контроль, контрольна робота 20 балів – контроль самостійної роботи</p> <p>Поточний контроль проводиться на кожному практичному занятті. Він передбачає оцінювання теоретичної підготовки студентів із зазначеної теми (у тому числі, самостійно опрацьованого матеріалу) та виконання практичних завдань. Оцінки, отримані студентами, виставляються у журналах обліку відвідування та успішності академічної групи. Сума балів за роботу на практичних заняттях за семестр складає 50 балів. Загальний бал за виконання письмових робіт – 30 балів, що включає: тестовий контроль 1 – 5 балів; тестовий контроль 2 – 5 балів; 2 контрольні роботи – по 10 балів. Контроль самостійної роботи – 20 балів.</p>
Вимоги до письмової роботи	<p>Письмові роботи у межах навчальної дисципліни (тестовий контроль, контрольні роботи) спрямовані на перевірку й оцінювання рівня як засвоєння студентами навчального матеріалу, так і компетентностей, передбачених ОПП. Складовою системи оцінювання є контрольна робота, організована у вигляді письмових відповідей на проблемні питання. Контрольна робота має узагальнюючий характер з низки вивчених тем і проводиться під час навчального заняття. Виконання контрольної роботи є обов'язковим для всіх студентів.</p>
Практичні заняття	<p>На практичних заняттях шляхом виконання певних відповідно сформульованих завдань забезпечується закріплення теоретичних положень навчальної дисципліни і набуття вмінь і навичок їх практичного застосування. Практичне заняття включає проведення контролю компетентностей, постановку загальної проблеми (завдання) викладачем та її обговорення за участю здобувачів вищої освіти, вирішення контрольних завдань, їх перевірку та оцінювання.</p>
Умови допуску до підсумкового контролю	<p>Отримання інтегральних результатів за результатами виконання всіх видів завдань у сумі 25 балів.</p>
7. Політика навчальної дисципліни	
Письмові роботи	<p>Під час виконання письмових робіт здобувач освіти повинен підтвердити свій рівень оволодіння компетентностями, а також дотримуватись Кодексу честі Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника,</p>

	Положення про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника.
Академічна доброчесність	Політика ректорату спрямована на академічну доброчесність, прозорість та законність діяльності. Задля цього розроблено та впроваджено Положення про запобігання академічному плагіату та іншим порушенням академічної доброчесності у навчальній та науково-дослідній роботі здобувачів освіти Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника , Положення про запобігання академічному плагіату в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника , Кодекс честі Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника . В університеті академічна доброчесність передбачається за замовчуванням. Це означає, що всі здані роботи є результатом розумової праці та творчості здобувача. У випадку здачі роботи іншої особи (повністю або частково), або без належного цитування, завдання буде оцінене в 0 балів (без права перездачі).
Відвідування занять	Усі студенти, незалежно від форми навчання, зобов'язані відвідувати аудиторні заняття і проходити всі форми поточного та підсумкового контролю. Відпрацювання пропущених занять відбувається згідно графіку консультацій викладача з навчальної дисципліни, за винятком поважної причини у студента (документальне підтвердження). Процедури регламентуються Порядком організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника .
Неформальна освіта	Можливість зарахування результатів неформальної освіти регламентується Положенням про визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної освіти в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника . Для визначеної освітньої компоненти процедури передбачають повне зарахування, часткове зарахування або відмову у зарахуванні за результатами неформальної освіти. Компетентності та програмні результати навчання з дисципліни та результатів неформальної освіти можуть бути підтверджені: - програмою курсів, тренінгів, вебінарів тощо; - сертифікатом про практику / стажування тощо; - сертифікатом про проходження тренінгу, семінару, вебінару тощо.
8. Рекомендована література	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Барна Н.В. Іміджеологія. Навчальний посібник. Київ. Університет«Україна» 2008 217 с. 2. Бугрим В. В. Іміджологія / Іміджмейкінг: навчальний посібник. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2014. 250 с. 3. Дячук В.П. Іміджеологія. Соціальний вимір. Навчальний посібник. Київ. 	

Видавництво Ліра-К. 2017. 308 с.

4. Ковальова І. Педагогічна іміджологія: сутність, етимолгія, шляхи креативного використання у сучасному вищому навчальному закладі. URL: <http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/1582> (дата звернення 20.08.2024)
5. Мальська М.П. В.В. Худо. Туристичний бізнес: теорія та практика: підручник. 2-ге вид. перероб. та доп. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 368 с.
6. Паньків Н. Іміджеологія та PR у туризмі. Навчально-методичний посібник. Львів. 2017. 120 с.

*Гуменюк Г.М., к.пед.наук, доцент кафедри
туризмознавства і краєзнавства*