

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ,
ЗДОРОВ'Я ТА ТУРИЗМУ
ЗАПОРІЗЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Дека́н факультету фізичного
виховання, здоров'я та туризму
М.В. Маліков
«28» 08 2024

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

БРЕНД- І PR-МЕНЕДЖМЕНТ У ТУРИЗМІ ТА ГОСТИННОСТІ

підготовки здобувачів ступеня вищої освіти магістра
денної та заочної форм здобуття освіти

освітньо-професійної програми «Туризмознавство і гостинність»
спеціальності 242 Туризм і рекреація
галузі знань 24 «Сфера обслуговування»

ВИКЛАДАЧ: Сидорук А.В., к.п.н., доцент, доцент кафедри туризму, рекреації та готельно-ресторанної справи

Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри туризму, рекреації та
готельно-ресторанної справи

Погоджено

Гарант освітньо-професійної програми

(підпис)

Н.В. Маковецька

(ініціали, прізвище)

Протокол № 1 від «27» 08 2024 р.
Завідувач кафедри туризму, рекреації та
готельно-ресторанної справи

(підпис)

Н.В. Маковецька

(ініціали, прізвище)

2024 рік



Зв'язок з викладачем (викладачами):

Е-mail: anna0956564651@gmail.com

Телефон: (095) 656-46-51

Інші засоби зв'язку: *Viber, WhatsApp, Telegram*

Кафедра: туризму, рекреації та готельно-ресторанної справи (каб. 306 4 корпус ЗНУ)

1. Опис навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «Бренд- і PR-менеджмент у туризмі та гостинності» належить до обов'язкових дисциплін циклу професійної підготовки спеціальності для здобувачів ступеня вищої освіти магістра, які навчаються за освітньо-професійною програмою «Туризмознавство і гостинність».

Метою вивчення дисципліни «Бренд- і PR-менеджмент у туризмі та гостинності» є засвоєння здобувачами другого (магістерського) рівня вищої освіти системи знань і набуття вмінь, навичок і компетентностей щодо створення та просування брендів на ринку послуг сфери обслуговування.

Основними завданнями вивчення дисципліни є:

- надання базових знань щодо сутності бренду, його структури, значення і розуміння основних його складових;
- набуття здатностей до творчого пошуку напрямків створення й удосконалення управління брендом у діяльності підприємств готельно-ресторанного та туристичного бізнесу;
- набуття теоретичних основ впливу PR і особливостей PR-технологій на діяльності підприємств сфери обслуговування;
- ознайомлення з процесом організації PR-кампаній;
- освоєння послідовності дій підприємств туристичної галузі та індустрії гостинності в процесі розробки антикризової програми.

2. Паспорт навчальної дисципліни

Нормативні показники	денна форма здобуття освіти	заочна форма здобуття освіти
Статус дисципліни	Обов'язкова (цикл професійної підготовки спеціальності)	
Семестр	1-й	-
Кількість кредитів ECTS	3	
Кількість годин	90	
Лекційні заняття	14 год.	-
Практичні заняття	14 год.	-
Самостійна робота	62 год.	-
Консультації	1 раз на тиждень, формат проведення: за розкладом особисто к.306 4 корпус; дистанційно на платформі ZOOM	
Вид підсумкового семестрового контролю:	залік	
Посилання на електронний курс у СЕЗН ЗНУ (платформа Moodle)	https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=13231	



3. Методи досягнення запланованих освітньою програмою компетентностей і результатів навчання

Результати навчання та компетентності	Методи навчання / форми і методи Оцінювання
<p>Результати навчання:</p> <p>РН2. Спеціалізовані уміння/навички розв'язання проблем, необхідні для проведення досліджень та/або провадження інноваційної діяльності з метою розвитку нових знань та процедур у сфері туризму і рекреації.</p> <p>РН3. Застосовувати сучасні цифрові технології, методи та інструменти дослідницької та інноваційної діяльності для розв'язання складних задач у сфері туризму та рекреації.</p> <p>РН6. Аналізувати та оцінювати діяльність суб'єктів туристичного ринку, планувати результати їх стратегічного розвитку.</p> <p>РН7. Організовувати співпрацю зі стейкхолдерами, формувати механізми взаємодії суб'єктів туристичного ринку з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.</p> <p>РН11. Вільно спілкуватися державною та іноземною мовами усно і письмово для обговорення професійних проблем, презентації результатів досліджень та проєктів у сфері туризму і рекреації.</p> <p>Компетентності:</p> <p>ЗК1. Здатність до організації, планування, прогнозування результатів діяльності.</p> <p>ЗК6. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК7. Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми.</p> <p>СК5. Здатність оперувати інструментами збору, обробки інформації, аналізувати та управляти туристичною інформацією.</p> <p>СК8. Здатність розробляти, впроваджувати і просувати регіональні туристичні продукти і послуги у сфері туризму та гостинності відповідно динаміки змін сучасності.</p>	<p>Методи навчання:</p> <p>Наочні методи (презентація, демонстрація схем, малюнків тощо).</p> <p>Словесні методи (лекції, пояснення, обговорення та ін.).</p> <p>Практичні методи (творчі завдання, розробка проєктів).</p> <p>Поточні контрольні заходи:</p> <p>тестування, опитування, обговорення тем лекційного матеріалу; індивідуальна та групова робота на практичних заняттях.</p> <p>Підсумкові контрольні заходи: залік (для дистанційної форми навчання проводиться за використанням системи електронного забезпечення навчання на платформі Moodle та інших інформаційно-комунікаційних засобів); виконання й захист індивідуального творчого завдання.</p>



4. Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Сутність та зміст бренд-менеджменту. Еволюція брендингу. Основні терміни бренд-менеджменту. Основні характеристики та рівні якості бренду. Класифікація брендів. Нормативно-правове регулювання бренд-менеджменту. Особливості розробки сильного бренду. Стратегії позиціонування бренду. Цикл створення бренду. Бренд країни. Айдентика бренду. Бренд-менеджмент туристичної дестинації.

Змістовий модуль 2. Основні засоби і заходи PR у туризмі та гостинності. Сутність і особливості public relations в індустрії туризму та гостинності. Структура PR. Засоби PR у відносинах із громадськістю. Характеристика спічрайтингу. Наслідки стосунків з пресою. Структура PR у сфері ЗМІ. Поняття прес-релізу. Реквізити, технологія написання та підготовки прес-релізу. Критерії оцінювання PR програм. Середовище PUBLIC RELATIONS. Передача PR-звернення. Комунікативні стратегії PR-звернень. Розробка тактики PR-звернень. Етапи оцінки PR-програми. Оцінка результатів виконання програми. Загальна класифікація методів оцінки.

5. Зміст лекційних занять

№ змістового модуля	Назва теми	Кількість Годин		Згідно з розкладом
		о/д.ф.	з.ф.	
1	Сутність і зміст бренд-менеджменту	2		щотижня
1	Особливості розробки сильного бренду	2		
1	Бренд-менеджмент туристичної дестинації	2		
2	Основні засоби і заходи PR у туризмі та гостинності	2		
2	Організація та технологічні особливості PR-кампаній	2		
2	Середовище PR	2		
2	Критерії оцінки ефективності PR- програми	2		
Разом		14		

6. Теми практичних, семінарських занять

№ змістового модуля	Назва теми	Кількість Годин		Згідно з розкладом
		о/д.ф.	з.ф.	
1	Історії успіхів вітчизняних і зарубіжних брендів	2		щотижня
1	Характеристика бренду продукту або послуги сфери обслуговування за будь-якою географічною ознакою	2		
1	Характеристика зарубіжних і національних неформалізованих туристичних брендів	2		
2	Аналіз PR-кампанії будь-якого підприємства сфери обслуговування	2		
2	Розробка, організація та реалізація власної PR-кампанії для підприємства сфери обслуговування	2		
2	PR-звернення для проведення заходу туристичним підприємством	2		
2	Аналіз ефективності PR-програми	2		
Разом		14		



7. Самостійна робота

№ змістового модуля	Питання для самостійного опрацювання	Кількість годин	
		о/д.ф.	з.ф.
1	Реєстрація товарного знаку та його юридичний захист в Україні. Правові підстави охорони бренду.	14	
1	Сутність поняття «архітектура бренду». Завдання побудови архітектури бренду. Етапи розробки архітектури бренду. Моделі створення архітектури брендів.	14	
1	Вплив назви дестинації на її сприйняття. Логотип туристських дестинацій, стратегії його розробки.	12	
2	Іміджмейкінг у системі Public Relations. Формування іміджу туристичної компанії.	14	
2	Планування PR-кампанії туристичного підприємства. Планування бюджету PR-кампанії для туристичної фірми.	14	
2	Внутрішній і зовнішній PR туристичної фірми. «Чорний PR»: методи атаки та методи захисту.	14	
2	Використання антикризового PR у діяльності туристичного підприємства. Менеджмент відносин з клієнтом: CRM.	14	
Разом		62	



8. Види і зміст поточних контрольних заходів

№ змістового модуля	Вид поточного контрольного заходу	Зміст поточного контрольного заходу	Критерії оцінювання	Усього балів
1	2	3	4	5
1	Практичне завдання	1.Групова робота: виконання аналізу різних наукових поглядів щодо визначення поняття «бренд», на основі чого формування власного визначення поняття, його презентація та обґрунтування. 2. Аналіз історій успіхів вітчизняних і зарубіжних брендів (за власним вибором).	0 – 10 балів	10
1	Практичне завдання	Опитування. Характеристика бренду продукту або послуги сфери туризму і гостинності за будь-якою географічною ознакою (цільова аудиторія, місія, легенда, айдентика та ін.)	0 – 10 балів	10
1	Практичне завдання	1.Співвідношення неформалізованих брендів зарубіжних туристичних дестинацій з вітчизняними. 2. Міні-проект «Створення іміджу міста (на вибір) як центру (ділового, лікувального туризму (на вибір)), за допомогою розробки його бренду».	0 – 8 балів	8
Усього за ЗМ 1 контр. заходів	3			28
2	Практичне завдання	1.Прийоми психологічного впливу у PR-комунікаціях і надати їм характеристику. 2.Аналіз PR-кампанії підприємства сфери обслуговування.	0 – 8 балів	8
2	Практичне завдання	Проект власної PR-кампанії для підприємства сфери обслуговування. Основні принципи його організації та реалізації.	0 – 8 балів	8
2	Практичне завдання	PR-звернення для проведення туристичного заходу. Можливі мотиви поведінки та бар'єри сприйняття цільових груп змісту PR-звернення.	0 – 8 балів	8

2	Практичне завдання	Аналіз ефективності PR-програми підприємства сфери обслуговування. Критерії та методи оцінювання ефективності PR-програми.	0 – 8 балів	8
Усього за ЗМ 2 контр. заходів	4			32
Усього за змістові модулі контр. заходів	7			60

9. Підсумковий семестровий контроль

Форма	Види підсумкових контрольних заходів	Зміст підсумкового контрольного заходу*	Критерії Оцінювання	Усього балів
1	2	3	4	5
Залік	Індивідуальне завдання	Виконання індивідуального завдання передбачає створення проекту власного бренду (підприємства, товару, дестинації тощо) і комплексу дій за для його просування. Презентаційний (графічний, наочний) матеріал, аудіо- та відеоматеріал, знання дослідженого матеріалу та здатність самостійно проаналізувати та ґрунтовно схарактеризувати матеріал дослідження.	Індивідуальне завдання – максимально 20 балів.	20
	Контрольне завдання	Дистанційний формат – тестове завдання у СЕЗН Moodle.	20 питань по 1 балу за кожне.	20
Усього балів				40

Шкала оцінювання ЗНУ: національна та ECTS

За шкалою ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою	
		Екзамен	Залік
A	90 – 100 (відмінно)	5 (відмінно)	Зараховано
B	85 – 89 (дуже добре)	4 (добре)	
C	75 – 84 (добре)		
D	70 – 74 (задовільно)	3 (задовільно)	
E	60 – 69 (достатньо)		
FX	35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	2 (незадовільно)	Не зараховано
F	1 – 34 (незадовільно – з обов'язковим повторним курсом)		



10. Рекомендована література

Основна:

1. Буторіна В. Б. Іміджеологія і PR підприємств туристичної галузі : навчально-методичний посібник. Кам'янець-Подільський : ПП «Медобори-2006», 2015. 112 с.
2. Кузнецова К. В. Бренд-менеджмент : конспект лекцій : навчальний посібник для студентів першого (бакалаврського) рівня спеціальності 073 «Менеджмент». Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 76 с.
3. Мальська М. П., Мандюк Н. Л. Основи маркетингу у туризмі : підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 336 с.
4. Паньків Н. М., Філь М. І. PR та електронний маркетинг в готельно-ресторанних закладах : методичні рекомендації до практично-семінарських занять та виконання самостійної роботи. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2020. 43 с.
5. Паньків Н. М. Іміджеологія і PR у туризмі : підручник. Київ : Видавництво «Каравела», 2023. 246 с.
6. Смирнов І. Г., Любіцева О. О. Міжнародний туристичний бізнес і логістика в туризмі : навчальний посібник. Київ : Ліра-К, 2022. 288 с.
7. Сидорук А. В. Бренд- і PR-менеджмент у туризмі та гостинності : конспект лекцій для здобувачів ступеня вищої освіти магістра спеціальності 242 «Туризм і рекреація» освітньо-професійної програми «Туризмознавство і гостинність». Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2023. 50 с.
8. Струтинська І. В. Бренд-менеджмент: теорія і практика : навчальний посібник. Тернопіль : Прінт-офіс. 2015. 204 с.

Додаткова

1. Балабанова Л. В., Приходченко Я. В. Бренд-менеджмент підприємств на основі маркетингу : навчальний посібник. Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. 287 с.
2. Барна Н. В. Іміджеологія : навчальний посібник. Київ : Університет «Україна», 2007. 217 с.
3. Кендюхов О. В. Бренд-менеджмент : навчальний посібник. Донецьк : ДонНТУ, 2013. 459 с.
4. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг) : монографія / за заг. ред. А.А. Мазаракі. Київ : Київ. Нац. торг.- екон. ун-т, 2013. 388 с.
5. Шелеметєв Т. В. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Бренд-менеджмент» для студентів спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» денної та заочної форм навчання. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2019. 45 с.

Інформаційні ресурси

1. Бренд «Україна». URL: <http://brandukraine.org>
2. Всесвітня туристична організація. URL: <https://www.wto.org/>
3. Національний бренд України. URL: <https://adastra.org.ua/blog/nacionalnij-brend-ukrayini-kriz-prizmu-sprinyattya-derzhavi-za-kordonom>
4. Про інформацію : Закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>
5. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг : Закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3689-12#Text>
6. Про рекламу : Закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>
7. Світ брендів. URL: <http://brandstory.com.ua>
8. Туристичний бренд Запоріжжя. URL: <https://zp.gov.ua/uk/articles/item/3986/turistichnij-brend-zaporizhzhya-stav-kraschim-na-vseukrainskomu-konkursi-ukrainian-design-the-very-best-of>
9. Global Business Services. URL: <https://www.pwc.com/gx/en/services/consulting/global-business-services.html>
10. Marketing Media Review. URL: <https://mmr.ua/>



11. Регуляції і політики курсу

Відвідування занять. Регуляція пропусків.

Відвідування усіх занять є обов'язковим. Відпрацювання пропущених занять здійснюється згідно з графіком.

Політика академічної доброчесності

Під час перевірки робіт студентів додержання політики академічної доброчесності здійснюватиметься згідно з «Кодексом академічної доброчесності Запорізького національного університету» <http://surl.li/xgfns0>

Використання комп'ютерів/телефонів на занятті

Під час занять користуватися мобільними телефонами, ноутбуками, планшетами та іншими персональними гаджетами можна за умов виконання завдань.

Визнання результатів неформальної/інформальної освіти

Процедуру врахування результатів, отриманих здобувачем за рахунок неформальної/інформальної освіти буде організовано згідно з «Положенням Запорізького національного університету про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти (нова редакція)» <http://surl.li/zeitdb>

Комунікація

Комунікація викладача зі студентами: електронна пошта, Moodle, ZOOM, мобільний зв'язок.



ДОДАТОК ДО СИЛАБУСУ ЗНУ – 2024-2025 рр.

ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ 2024-2025 н. р. доступний за адресою:
<https://tinyurl.com/yckze4jd>.

АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ. Студенти і викладачі Запорізького національного університету несуть персональну відповідальність за дотримання принципів академічної доброчесності, затверджених **Кодексом академічної доброчесності ЗНУ**: <https://tinyurl.com/ya6yk4ad>. Декларація академічної доброчесності здобувача вищої освіти (додається в обов'язковому порядку до письмових кваліфікаційних робіт, виконаних здобувачем, та засвідчується особистим підписом): <https://tinyurl.com/y6wzzlu3>.

НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ. Перевірка набутих студентами знань, навичок та вмінь (атестації, заліки, іспити та інші форми контролю) є невід'ємною складовою системи забезпечення якості освіти і проводиться відповідно до Положення про організацію та методику проведення поточного та підсумкового семестрового контролю навчання студентів ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9tve4lk>.

ПОВТОРНЕ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІН, ВІДРАХУВАННЯ. Наявність академічної заборгованості до 6 навчальних дисциплін (в тому числі проходження практики чи виконання курсової роботи) за результатами однієї екзаменаційної сесії є підставою для надання студенту права на повторне вивчення зазначених навчальних дисциплін. Порядок повторного вивчення визначається Положенням про порядок повторного вивчення навчальних дисциплін та повторного навчання у ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9pkmmp5>. Підстави та процедури відрахування студентів, у тому числі за невиконання навчального плану, регламентуються Положенням про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів у ЗНУ: <https://tinyurl.com/ycds57la>.

НЕФОРМАЛЬНА ОСВІТА. Порядок зарахування результатів навчання, підтверджених сертифікатами, свідоцтвами, іншими документами, здобутими поза основним місцем навчання, регулюється Положенням про порядок визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті: <https://tinyurl.com/y8gbt4xs>.

ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТІВ. Порядок і процедури врегулювання конфліктів, пов'язаних із корупційними діями, зіткненням інтересів, різними формами дискримінації, сексуальними домаганнями, міжособистісними стосунками та іншими ситуаціями, що можуть виникнути під час навчання, регламентуються Положенням про порядок і процедури вирішення конфліктних ситуацій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/57wha734>. Конфліктні ситуації, що виникають у сфері стипендіального забезпечення здобувачів вищої освіти, вирішуються стипендіальними комісіями факультетів, коледжів та університету в межах їх повноважень, відповідно до: Положення про порядок призначення і виплати академічних стипендій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/yd6bq6p9>; Положення про призначення та виплату соціальних стипендій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9r5dpwh>.

ПСИХОЛОГІЧНА ДОПОМОГА. Телефон довіри практичного психолога **Марті Ірини Вадимівни** (061) 228-15-84, (099) 253-78-73 (щоденно з 9 до 21).

УПОВНОВАЖЕНА ОСОБА З ПИТАНЬ ЗАПОБІГАННЯ ТА ВИЯВЛЕННЯ КОРУПЦІЇ

Запорізького національного університету: **Банах Віктор Аркадійович**

Електронна адреса: v_banakh@znu.edu.ua

Гаряча лінія: Тел. (061)227-12-76



РІВНІ МОЖЛИВОСТІ ТА ІНКЛЮЗИВНЕ ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ. Центральні входи усіх навчальних корпусів ЗНУ обладнані пандусами для забезпечення доступу осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення. Допомога для здійснення входу у разі потреби надається черговими охоронцями навчальних корпусів. Якщо вам потрібна спеціалізована допомога, будь ласка, зателефонуйте (061) 228-75-11 (начальник охорони). Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення у ЗНУ: <https://tinyurl.com/ydhcsagx>.

РЕСУРСИ ДЛЯ НАВЧАННЯ.

Наукова бібліотека: <http://library.znu.edu.ua>. Графік роботи абонементів: понеділок-п'ятниця з 08.00 до 16.00; вихідні дні: субота і неділя.

СИСТЕМА ЕЛЕКТРОННОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАННЯ (MOODLE):
<https://moodle.znu.edu.ua>

Якщо забули пароль/логін, направте листа з темою «Забув пароль/логін» за адресою: moodle.znu@znu.edu.ua.

У листі вкажіть: прізвище, ім'я, по-батькові українською мовою; шифр групи; електронну адресу. Якщо ви вказували електронну адресу в профілі системи Moodle ЗНУ, то використовуйте посилання для відновлення паролю <https://moodle.znu.edu.ua/mod/page/view.php?id=133015>.

ЦЕНТР ІНТЕНСИВНОГО ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ: <http://sites.znu.edu.ua/child-advance/>

ЦЕНТР НІМЕЦЬКОЇ МОВИ, ПАРТНЕР ГЕТЕ-ІНСТИТУТУ:
<https://www.znu.edu.ua/ukr/edu/ocznu/nim>

ШКОЛА КОНФУЦІЯ (ВИВЧЕННЯ КИТАЙСЬКОЇ МОВИ): <http://sites.znu.edu.ua/confucius>