

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет перекладознавства

Кафедра психології, педагогіки і туризму

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з навчально-виховної роботи
М. І. Соловей
(підпис)
«*СВ*» *Соловей* 2021 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Туристичний брендинг

галузь знань	24 Сфера обслуговування
спеціальність	242 Туризм
освітній рівень	перший (бакалаврський)
освітня програма	Туристичне обслуговування
статус дисципліни	вибіркова

Форма здобуття освіти	денна
Навчальний рік	2021 – 2022
Семестр	VIII
Кількість кредитів ЄКТС	3
Мова навчання	українська
Форма підсумкового контролю	залік


Розробник:

Кучерява Г. О., кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри психології, педагогіки і туризму

Схвалено на засіданні кафедри психології, педагогіки і туризму,
протокол № 15 від 22 червня 2021 року

Завідувач кафедри  О. В. Матвієнко

Схвалено на засіданні вченої ради факультету перекладознавства,
протокол № 12 від 23 червня 2021 року

Голова вченої ради факультету  Л. Я. Зеня

1. Мета вивчення дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни «Туристичний брендинг» є засвоєння здобувачами вищої освіти сутності туристичного брендингу як інструменту підвищення туристичної привабливості території та покращення її іміджу; оволодіння практичними навичками складання туристичного бренд-буку території.

Загальний обсяг (відповідно до робочого навчального плану) – 3 кредити ЄКТС; 90 год., у тому числі:

лекції – 20 год.

семінарські заняття – 16 год.

самостійна робота – 54 год.

3. Передумови до вивчення або вибору навчальної дисципліни

Передумовою до вивчення дисципліни «Туристичний брендинг» є теоретичні знання та практичні навички з дисциплін «Основи туризмознавства», «Географія туризму», «Маркетинг у туризмі», «Туроперейтинг», «Менеджмент у туризмі», «Управління туристичними дестинаціями».

Здобувачі вищої освіти повинні:

3.1. Знати понятійно-категоріальний апарат сфери туризму, сутність маркетингових інструментів у туризмі та особливості їх застосування для просування туристичного продукту;

3.2. Вміти оперувати понятійно-категоріальним апаратом, працювати з різними видами та джерелами даних, систематизувати, аналізувати та узагальнювати інформацію, робити висновки.

3.3. Володіти елементарними навичками пошуку даних, проведення науково-дослідної роботи та презентації її результатів.

4. Анотація навчальної дисципліни:

Метою вивчення навчальної дисципліни «Туристичний брендинг» є засвоєння здобувачами вищої освіти сутності туристичного брендингу як інструменту підвищення туристичної привабливості території та покращення її іміджу; оволодіння практичними навичками складання туристичного бренд-буку території..

Предметом вивчення є теоретико-методологічні та практичні аспекти брендингу туристичних дестинацій.

Завдання вивчення дисципліни: розкрити сутність понять «образ», «імідж», «бренд» території, з'ясувати, для чого потрібен брендинг міст, як створюється айдентика території і як вона працює у якості інструменту просування туристичних брендів; ознайомитися зі світовим досвідом туристичного брендингу, а також прикладами реалізованих проєктів зі створення туристичних брендів українських міст і областей; набуття практичних навичок складання бренд-буку території.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувачі вищої освіти повинні *знати*:

- сутність туристичного брендингу як інструменту управління туристичними DESTINATIONAMI;
- основні етапи формування туристичного бренду території, цілі ребрендингу;

уміти:

- аналізувати туристичні бренди країн світу, міст та областей України як інструменти їх популяризації та підвищення туристичної привабливості;
- розробляти бренд-буки територій та їх презентувати;

володіти елементарними навичками:

- збору, аналізу та систематизації туристичної інформації, презентації туристичного інформаційного матеріалу;
- професійного спілкування з використанням наукових термінів, прийнятих у фаховому середовищі, працювати в команді та самостійно.

Навчальна дисципліна «Туристичний брендинг» для здобувачів спеціальності 242 Туризм складається з одного змістового модуля, що розкриває теоретико-методичні та практичні аспекти брендингу DESTINATIONAMI як інструменту їх

5. Завданням вивчення навчальної дисципліни «Туристичний брендинг» є теоретична та практична підготовка здобувачів у галузі туризму, а також формування таких компетентностей:

Інтегральна компетентність:

ІК. Здатність комплексно розв'язувати складні професійні задачі та практичні проблеми у сфері туризму і рекреації як в процесі навчання, так і в процесі роботи, що передбачає застосування теорій і методів системи наук, які формують туризмознавство, і характеризуються комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності:

ЗК04. Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу.

ЗК06. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК09. Вміння виявляти, ставити і вирішувати проблеми.

ЗК14. Здатність працювати в команді та автономно.

ЗК15. Здатність зосереджуватися на результатах при виконанні завдань та вміння їх презентувати.

ЗК16. Здатність використовувати професійну термінологію, оперувати туристичною інформацією, вести дискусію та передавати власну думку в усній і письмовій формах.

Фахові компетентності:

ФК17. Знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності.

ФК18. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ФК26. Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал.

ФК33. Здатність аналізувати місце України у світовому та загальноєвропейському туристичному просторі.

ФК30. Здатність працювати у міжнародному середовищі на основі позитивного ставлення до несхожості до інших культур, поваги до різноманітності та мультикультурності, розуміння місцевих і професійних традицій інших країн, розпізнавання міжкультурних проблем у професійній практиці.

6. Очікувані результати навчання з дисципліни

Результат навчання (1. знати; 2. уміти; 3. комунікація; 4. автономність і відповідальність)		Форми (та / або методи і технології навчання)	Методи оцінювання та пороговий критерій оцінювання (за необхідності)
Код	Результат навчання		
	Знати:		
1.1.	сутність туристичного брендингу як інструменту управління туристичними дестинаціями;	пояснювально-ілюстративний, репродуктивний методи;	усне опитування, письмова модульна контрольна робота;
1.2.	основні етапи формування туристичного бренда території, цілі ребрендингу;	пояснювально-ілюстративний, частково-пошуковий, дослідницький методи;	усне поточне опитування, виконання практичної роботи, письмова модульна контрольна робота;
	Уміти:		
2.1.	аналізувати туристичні бренди країн світу, міст та областей України як інструменти їх популяризації та підвищення туристичної привабливості;	проблемно-пошуковий, дослідницький методи, метод самонавчання;	виконання практичних робіт, підготовка та демонстрація презентації, усне опитування, письмова модульна

			контрольна робота;
2.2.	розробляти бренд-буки територій та їх презентувати;	проблемно-пошуковий, дослідницький, самонавчання;	усне поточне опитування, виконання практичних робіт письмова модульна контрольна робота;
	Комунікація:		
3.1.	моніторингу, інтерпретації, аналізу та систематизації туристичної інформації, презентації туристичного інформаційного матеріалу;	діалогово-комунікаційний, частково-пошуковий, дослідницький методи;	участь у дискусії, виконання практичних робіт, демонстрація презентацій, письмова модульна контрольна робота;
3.2.	професійного спілкування з використанням наукових термінів, прийнятих у фаховому середовищі, працювати в команді та самостійно;	діалогово-комунікаційний, частково-пошуковий, дослідницький методи.	підготовка та демонстрація презентацій, аналіз ситуаційних завдань, усне опитування, участь у дискусії.
	Автономність і відповідальність:		
4.1.	нести відповідальність за прийняття рішень, відстоювати власні погляди у розв'язанні професійних завдань, приймати обґрунтовані рішення.	діалогово-комунікаційний, частково-пошуковий, дослідницький методи.	виконання практичних робіт, підготовка та захист презентації, письмова модульна контрольна робота.

7. Співвідношення очікуваних результатів навчання з дисципліни із програмними результатами навчання

Результати навчання з дисципліни (код) Програмні результати навчання (назва)	1.1	1.2	2.1	2.2	3.1	3.2	4.1
ПРН02. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії туризму, організації туристичного процесу та туристичної діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг, а також світоглядних та суміжних наук.	+	+					
ПРН05. Аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал території.			+				
ПРН14. Проявляти повагу до індивідуального і культурного різноманіття.			+				
ПРН15. Проявляти толерантність до альтернативних принципів та методів виконання професійних завдань.				+		+	
ПРН16. Діяти у відповідності з принципами соціальної відповідальності та громадянської свідомості.				+		+	+
ПРН23. Зосереджуватися на результатах при виконанні завдань та вміти їх презентувати.			+	+	+	+	+
ПРН24. Використовувати професійну термінологію, оперувати туристичною інформацією, вести дискусію та передавати власну думку в усній та письмовій формах.	+				+	+	+
ПРН25. Використовувати набуті знання для аналізу місця України у світовому та загальноєвропейському туристичному просторі.			+				

8. Система оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти

Система модульно-рейтингового контролю навчальних досягнень здобувачів вищої освіти реалізується за наступною схемою. Оцінюються такі складники:

№ з/п	Форма підсумкового контролю	Види навчальної діяльності здобувача	Максимальна кількість балів
1.	Передбачений підсумковий контроль – залік	1.Аудиторна та самостійна робота	50
		2. Модульна контрольна робота (МКР)	50
		Разом	100

Рейтинг модуля обчислюється у такий спосіб.

Поточне оцінювання всіх видів навчальної діяльності здобувача (аудиторна робота та позааудиторна самостійна робота) здійснюється у національній 4-бальній шкалі – «відмінно» («5»), «добре» («4»), «задовільно» («3»), «незадовільно» («2»). Невиконання завдань самостійної роботи позначаються «0».

Критерії оцінювання аудиторної роботи

№ з/п	Види навчальної діяльності	Оцінка	Критерії оцінки
1.	Відповідь на основні питання	5	Правильна, ґрунтовна, повна відповідь, творче висвітлення проблем. Демонстрація самостійного знаходження відповіді на проблемні запитання, спираючись на лекційний матеріал та додаткову літературу; вміння аналізувати, робити власні висновки; здатність встановлювати міжтематичні та міжпредметні зв'язки.
		4	Відповідь правильна, але недостатньо повна, розгорнута та ґрунтовна. На проблемні запитання здобувач знаходить відповідь за допомогою викладача, спираючись переважно на лекційний матеріал без застосування додаткової літератури.

		3	Відповідь поверхнева з порушенням логіки, неаргументована. Здобувач, формулюючи відповідь на питання, репродуктивно розкриває зміст лекційного матеріалу, допускає помилки у визначенні понять та категорій, не здатний знайти відповідь на проблемні запитання, чи вирішити проблемні завдання.
		2	Відповідь неправильна. Здобувач демонструє нездатність розкрити питання семінару, допускає багато суттєвих помилок у визначенні понять та категорій.
2.	Доповнення, відповіді на проблемні питання, виконання практичних завдань, аналіз ситуаційних завдань, участь у дискусії тощо.	5	Максимально висока активність, що свідчить про всебічну обізнаність матеріалу, систематичну підготовку до занять на основі опрацювання лекційного матеріалу та додаткової літератури.
		4	Висока активність, що свідчить про обізнаність матеріалу. Доповнення підтверджують систематичну підготовку здобувача, але виявляють його репродуктивні, а не власні судження тощо.
		3	Середня активність, що свідчить про недостатню обізнаність матеріалу. Здобувач дає відповіді на запитання поверхнево, допускає помилки у визначенні понять та категорій.
		2	Низька активність, що свідчить про неволодіння матеріалом.
3.	Експрес-контроль (робота на занятті протягом 10-15 хв.: поточна письмова робота (практичне завдання, тест), вибіркоче опитування ін.)	5	Повна відповідь за критеріями конкретного виду роботи.
		4	Недостатньо повна відповідь за критеріями конкретного виду роботи.
		3	Поверхнева з порушенням логіки, не аргументована.
		2	Незадовільна відповідь за критеріями конкретного виду роботи.

У випадку, якщо здобувач не відвідав заняття, він не допускається до заліку, якщо не відпрацює пропущене заняття. Якщо здобувач не відвідав жодного семінарського заняття, йому виставляється 0 балів.

Критерії оцінювання позааудиторної самостійної роботи здобувача

Позааудиторна самостійна робота здобувачів включає виконання завдань, які пропонуються викладачем (письмові практичні роботи, підготовка та демонстрація презентацій та ін.). Самостійна робота оцінюється за п'ятибальною системою.

Робота виконана правильно, творчо і самостійно, демонструє належний рівень знань та сформованість практичних навичок; оформлена згідно вимог, які висуваються до даного типу завдань.	«відмінно»
Робота виконана самостійно, містить несуттєві помилки, демонструє належний рівень знань сформованість практичних навичок; оформлена згідно вимог, які висуваються до даного типу завдань.	«добре»
Робота виконана, але містить помилки, демонструє недостатній рівень знань та недостатню сформованість практичних навичок; оформлення роботи не в повній мірі відповідає вимогам, що висуваються до даного типу завдань.	«задовільно»
Робота виконана невірно, не відповідає вимогам.	«незадовільно»

У кінці вивчення навчального матеріалу модуля напередодні заліково-екзаменаційної сесії викладач виставляє одну оцінку за аудиторну та позааудиторну самостійну роботу здобувача як середнє арифметичне з усіх поточних оцінок за ці види роботи з округленням до десятої частки. Цю оцінку викладач трансформує в **рейтинговий бал за роботу протягом семестру** шляхом помноження на **10**. Таким чином, максимальний рейтинговий бал за роботу протягом семестру може становити **50**.

Модульна контрольна робота (МКР) є складником семестрового рейтингу та виконується перед заліком. Кожне питання модульної контрольної роботи оцінюється в багатобальній системі. Модульна контрольна робота складається з тестових завдань та питань алгоритмічного та творчого рівнів.

Максимальна кількість балів за виконану модульну контрольну роботу становить **50 б**. Час виконання модульної контрольної роботи – **1 год. 20 хв**.

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи

Види завдань	Кількість балів	Критерії оцінки
Питання (завдання) репродуктивного рівня (макс – 10 б.)	10	відповідь логічна та послідовна, повністю розкриває зміст питання;
	7 – 9	відповідь повна, проте є незначні недоліки та помилки;
	4 – 6	відповідь неповна, містить недоліки та помилки;
	1 – 3	відповідь схематична, містить багато фактологічних помилок та неточностей;
	0	відповідь відсутня або повністю не відповідає змісту питання.
Питання (завдання) алгоритмічного рівня (макс – 15 б.)	15	відповідь повна, логічна, послідовна. Здобувач демонструє відмінне знання фактологічного матеріалу, досконало орієнтується у змісті питання;
	11 – 14	відповідь у цілому правильна, проте недостатньо повна та змістовна;
	7 – 10	відповідь неповна, містить деякі помилки та неточності;
	4 – 6	відповідь неповна, поверхнева, із суттєвими помилками та неточностями;
	1 – 3	відповідь схематична, майже не розкриває зміст питання, містить неточності, помилки;
	0	відповідь відсутня або повністю не відповідає змісту питання.
Питання (завдання) творчого рівня (макс – 25 б.)	25	відповідь вичерпна, змістовна, логічна та послідовна, містить самостійні судження та демонструє здатність творчого розв'язання поставлених завдань; здобувач вільно оперує поняттями та категоріями, аргументовано доводить власну точку зору;
	21 – 24	відповідь правильна, змістовна, послідовна, але містить деякі неточності у розв'язанні завдань; здобувач аргументовано доводить власну точку зору;
	16 – 20	відповідь змістовна, послідовна, але містить недоліки та неточності у розв'язанні завдань; здобувач демонструє недостатнє обґрунтування власної точки зору;
	11 – 15	відповідь в цілому правильна, але неповна, містить незначні недоліки, рівень

		самостійності суджень недостатній;
	6 – 10	відповідь неповна, схематична, є неточності та помилки у викладенні матеріалу, рівень самостійності суджень недостатній;
	1 – 5	відповідь поверхнева, нелогічна, містить суттєві помилки та неточності, рівень самостійності суджень низький;
	0	відповідь відсутня або не відповідає змісту питання.
Разом	50 балів	

Семестровий рейтинговий бал є сумою рейтингового бала за роботу протягом семестру і рейтингового бала за МКР. Максимальний рейтинговий бал студента становить 100 балів.

Підсумкова форма контролю – **залік в усній формі.**

Умови допуску до заліку: повне виконання програми курсу та всіх видів робіт, відпрацювання пропущених лекцій і семінарських занять, виконання самостійної роботи, успішне виконання модульної контрольної роботи.

Організація оцінювання

Здобувачі, які мають семестровий рейтинговий бал з дисципліни 60 і вище, отримують оцінку «зараховано» і відповідну оцінку в шкалі ЄКТС без складання заліку.

Здобувачі, які мають семестровий рейтинговий бал з дисципліни 59 і нижче, складають залік і в разі успішного складання їм виставляється оцінка «зараховано» в національній шкалі, а в шкалі ЄКТС – Е та бал 60. Якщо здобувач під час заліку отримав оцінку «не зараховано», то йому у відомість обліку успішності виставляється оцінка «не зараховано» в національній шкалі, оцінка FX – у шкалі ЄКТС та його семестровий рейтинговий бал за дисципліну.

Критерії оцінювання заліку:

№	Критерії оцінювання	Шкала оцінювання	
		«зараховано»	«не зараховано»
1.	Відповідність змісту	Відповідь здобувача повністю відповідає змісту питання. Основні проблеми розкриті чітко та в повній мірі.	Відповідь здобувача лише частково відповідає / не відповідає змісту питання. Основні проблеми визначено нечітко / не визначено.
2.	Повнота і	Основні питання	Основні питання

	грунтовність викладу	розкриті повністю і ґрунтовно.	розкриті лише частково і без належної глибини / зовсім не розкриті.
3.	Термінологічна коректність	Здобувач вільно й коректно користується понятійно-категоріальним апаратом дисципліни.	Здобувач майже не користується термінологією.

Оцінка «зараховано» виставляється за умови, якщо відповідь здобувача в повній мірі відповідає всім зазначеним критеріям.

Оцінка «не зараховано» виставляється за умови, якщо відповідь здобувача не відповідає хоча б одному із зазначених критеріїв.

Шкала відповідності оцінок

Оцінка в національній шкалі («зараховано», «не зараховано») та оцінка в шкалі ЄКТС виставляються на підставі семестрового рейтингового бала здобувача за дисципліну у такий спосіб:

90 – 100 балів	–	A	} зараховано
82 – 89 балів	–	B	
75 – 81 бал	–	C	
66 – 74 бали	–	D	
60 – 65 балів	–	E	
59 балів і нижче	–	FX	– не зараховано.

9. Програма навчальної дисципліни. Тематичний план занять

№ з/п	№ і назва теми (включно із темами, що винесені на самостійне опрацювання)	Кількість годин			
		Денна форма			
		Разом	у тому числі		
			лекції	семінарські / практичні заняття	самостійна робота
Модуль 1					
Змістовий модуль 1. Теоретико-практичні основи туристичного брендингу					
1.	Тема 1. Сутність, цілі та завдання туристичного брендингу.	8	2	1	5
2.	Тема 2. Поняття айдентики території як інструменту просування туристичних брендів.	8	2	1	5
3.	Тема 3. Етапи формування туристичного бренда.	9	2	2	5
4.	Тема 4. Управління брендингом та ребрендингом.	8	2	1	5
5.	Тема 5. Світовий досвід туристичного брендингу.	8	2	1	5
6.	Тема 6. Політика туристичного брендингу для просування національного туристичного продукту.	8	2	1	5
7.	Тема 7. Бренд «Ukraine NOW» як інструмент формування позитивного іміджу України на світовому туристичному ринку.	8	2	1	5
8.	Тема 8. Туристичні бренди українських міст та областей.	9	2	2	5
9.	Тема 9. Зміст, складові та принципи складання бренд-буку.	11	2	2	7
10.	Тема 10. Брендинг туристичного підприємства.	11	2	2	7
11.	Модульна контрольна робота	2		2	
	Разом годин за модулем 1	90	20	16	54
	Усього годин	90	20	16	54

10. Рекомендована література

Базова

1. Інститути та інструменти розвитку територій. На шляху до європейських принципів / За ред. С. Максименка. К.: Центр Інституту СхідЗахід, 2001. 244 с.
2. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями: підручник. Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с.
3. Кучерява Г. О. Туристичний брендинг як інструмент управління туристичними дестинаціями. *Часопис соціально-економічної географії*. 2021. №30. С. 32 – 40.
4. Стратегічні вектори розвитку туристичних дестинацій Тернопільщини: монографія / За заг. ред. доктора економічних наук, професора В. Я. Брича, к.е.н., доцента А. М. Тибіня.. Тернопіль: Осадца Ю.В., 2017. 164 с.
5. Туристичний імідж регіону: монографія / за заг. ред.: А. Ю. Парфіненка. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2011. 312 с.
6. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг) : монографія / А.А. Мазаракі, Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. 388 с.

Додаткова

1. Безуглий І. В., Рябов І. Б. Наукові аспекти формування рекреаційно-туристичного бренду України. *Науковий вісник ЧДІЕУ*. 2013. № 3(19). С. 148 – 157.
2. Вербицька Г. Міжнародний імідж України: проблеми та шляхи формування: *Науковий журнал КНУКіМ*. 2013. С. 4-9.
3. Карягін, Ю. О. Маркетинг турпродукту / Ю. О. Карягін, З. І. Тимошенко, Демура Т. О. та ін.; за ред. Г. Б. Мунін, О. О. Гаца. Київ : Кондор, 2009. 394 с.
4. Корчагіна О., Куцевська О. Особливості побудови брендингу країни: сучасні теорії. *Вісник Львівського національного політехнічного інституту*. 2017. С. 110 – 111.
5. Кудла Н. Є. Маркетинг туристичних послуг. Київ : Знання, 2006. 351 с
6. Кучеренко К. Міжнародний туристичний бренд країни : понятійно-категорійна сутність. *Наука й економіка*. 2013. № 4. С. 126–133.
7. Лавриненко Г. Формування міжнародного іміджу України в західному світі: навч. посібник. Світ. 2011. С. 149-154.
8. Михайліченко Г. І. Інноваційни розвиток туризму: монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 387 с.
9. Музиченко-Козловська О. Туристичний брендинг : сутність, складові та переваги. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2014. № 797. С. 396–402.

10. Угоднікова О. І., Ключіна М. А. Брендинг туристського підприємства: теоретичні засади та інноваційні підходи. *Економічний аналіз: зб. наук. праць*. Тернопільський національний економічний університет; редкол.: О. В. Ярощук (голов. ред.) та ін. Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2016. Том 26. № 1. С. 144 – 148.

Інформаційні ресурси

1. Наукова періодика України. URL: <http://nbuv.gov.ua/taxonomy/term/334>
2. Туристична бібліотека. Все про туризм. URL: <https://tourlib.net/ua.htm>
3. Логотип Львова. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Логотип_Львова.
4. Основи візуальної комунікації бренду міста Києва. URL: https://kievcity.gov.ua/done_img/f/Kyiv%20Brand%20book.pdf.-17.09.17.
5. Туристичний бренд України : концепція, месенджі, графіка/ URL: <http://wikicitynomica.org/future/turistichniy-brend-ukraini-kontseptsiya.html> .

12. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання якого передбачає навчальна дисципліна

Мультимедійне обладнання; програми Microsoft Word, Microsoft Power Point, додатки платформи для дистанційного навчання Microsoft Office 365.