

# КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет туризму, бізнесу і психології  
Кафедра психології і туризму

## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### Іміджологія і PR у туризмі та рекреації

галузь знань	24 Сфера обслуговування
спеціальність	242 Туризм і рекреація
рівень вищої освіти	другий (магістерський)
освітня програма	Туризмознавство
статус дисципліни	вибіркова

Форма здобуття освіти	денна, заочна
Навчальний рік	2023 - 2024
Семестр	I
Кількість кредитів ЄКТС	3
Мова навчання	українська
Форма підсумкового контролю	залік

**Розробник:**

Зінченко В.А., кандидат історичних наук, доцент кафедри психології і туризму

**Схвалено** на засіданні кафедри психології і туризму,  
08 червня 2023 року, протокол № 16

Завідувач кафедри



Олександр БОНДАРЕНКО

Метою вивчення дисципліни є освоєння і осмислення іміджології та піару, як складової іміджології. Здобувачу вищої освіти надається можливість освоїти історіографію даного питання, як формувалися і розвивалися такі поняття, як імідж і піар.

**Завданням** вивчення дисципліни «Іміджологія і PR у туризмі та рекреації» є освоєння і осмислення іміджології та піару, як складової іміджології, а також формування таких загальних та спеціальних (фахових) компетентностей:

***Інтегральна компетентність:***

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

***Загальні компетентності:***

**ЗК2.** Здатність вести професійну діяльність у міжнародному та вітчизняному середовищі.

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

***Спеціальні (фахові) компетентності:***

**1. СК1.** Здатність застосовувати у професійній діяльності категорійно-термінологічний апарат, концепції, методи та інструментарій системи наук, що формують науковий базис туризму та рекреації.

**2. СК5.** Здатність оперувати інструментами збору, обробки інформації, аналізувати та управляти туристичною інформацією.

**3. СК 10.** Здатність визначати місце України в загальноєвропейському і світовому цивілізаційному процесі.

**1. 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		
1.1.	Знати предметну сферу і методологічну основу іміджології і PR	Лекції, семінари; пояснюваль но-ілюстративний, репродуктивний, проблемного викладу.	Усне поточне опитування під час аудиторних занять, виконання практичного письмового завдання, письмова модульна контрольна робота.

2.1.	<b>4.</b> Уміти визначати професійні складові спеціаліста іміджології і PR;	Семінари. Діалогово-комунікаційний, проблемно-пошуковий.	Усне поточне опитування під час аудиторних занять,письмова модульна контрольна робота.
3.1.	Використовувати імідж та PR для супроводження на ринку туристичних послуг – власної турпрограми чи турпрограм;	Лекції, семінари. Діалогово-комунікаційний, репродуктивний, частково-пошуковий, дослідницький	Оцінювання виконання індивідуальних практичних завдань, письмова модульна контрольна робота.
4.1.	<b>5.</b> Здатність здійснити моніторинг за процесом формування іміджології і PR у туризмі та рекреації	<b>6.</b> Семінарські заняття. Репродуктивний, частково-пошуковий, дослідницький.	<b>7.</b> виконання індивідуальних завдань, підготовка та захист презентацій, письмова модульна контрольна робота.

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

Результати навчання з дисципліни (код)	1.1	2.1	3.1	4.1
<b>Програмні результати навчання (назва)</b>				
<b>РН1.</b> Спеціалізовані концептуальні знання, що включають сучасні наукові здобутки, критичне осмислення проблем у сфері туризму та рекреації і на межі галузей знань.	+	+	+	+
<b>РН2.</b> 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.	+	+	+	+
<b>РН3.</b> Застосовувати сучасні цифрові технології, методи та інструменти дослідницької та інноваційної діяльності для розв’язання складних задач у сфері туризму та рекреації.	+	+	+	+
<b>РН4.</b> Проводити аналіз геопросторової організації туристичного процесу, проектувати його стратегічний розвиток на засадах сталості.		+		+
<b>РН5.</b> Здійснювати комплексний аналіз і оцінювання функціонування туристичного ринку різних ієрархічних рівнів, прогнозувати тенденції його розвитку.	+		+	+
<b>РН6.</b> Аналізувати та оцінювати діяльність суб’єктів		+	+	+

туристичного ринку, планувати результати їх стратегічного розвитку.				
<b>РН7.</b> Організувати співпрацю зі стейкхолдерами, формувати механізми взаємодії суб'єктів туристичного ринку з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.	+			+
<b>РН9.</b> Розробляти та реалізовувати проекти у сфері туризму та рекреації на засадах економічної, соціальної і екологічної ефективності.	+	+		+
<b>РН10.</b> Приймати ефективні рішення у сфері туризму та рекреації щодо розв'язання широкого кола проблем, зокрема безпеки і якості туристичного обслуговування.	+			+
<b>РН11.</b> Вільно спілкуватися державною та іноземною мовами усно і письмово для обговорення професійних проблем, презентації результатів досліджень та проектів у сфері туризму і рекреації.	+		+	+

### Програма навчальної дисципліни. Тематичний план занять

№ п/п	№ і назва теми (включно із темами, що винесені на самостійне опрацювання)	Кількість годин							
		Денна форма здобуття освіти				Заочна форма здобуття освіти			
		Разом	у тому числі			Разом	у тому числі		
			лекції	семінарські / практичні заняття	самостійна робота		лекції	семінарські / практичні заняття	самостійна робота
<i>Модуль 1</i>									
<i>Змістовий модуль 1. Іміджологія і PR у туризмі та рекреації</i>									
1.	Тема 1. Загальні принципи популяризації туристичного продукту. Історіографія питання.	10	2	-	8	20	2	2	16
2.	Тема 2. Принципи іміджології.	10	-	2	8	20	2	2	16
3.	Тема 3. PR, як форма популяризації туристичного продукту.	10	2	-	8	16	-	-	16
4.	Тема 4. Професійні складові спеціаліста по піару та іміджології.	10	2	-	8	16	-	-	16
5.	Тема 5.	10	-	2	8	18	-	-	18

	Перспективи розвитку іміджології та піару в туризмі								
6	Тема 6. Презентації міжнародного туристичного продукту.	8	-	2	6				
7	Тема 7. Презентації турпродукту в'їзного туризму.	8	2	–	6				
8	Тема 8. Презентації турпродукту молодіжного туризму.	8	–	2	6				
9	Тема 9. Технологічні складові презентацій туристичного продукту.	8	–	2	6				
10	Тема 10. Презентації майбутнього.	8	2	–	6				
	Разом годин за модулем 1	90	10	10	70	90	4	2	84
	<b>Усього годин</b>	90	10	10	70	90	4	2	84

## **Система оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти**

### **Денна форма здобуття освіти**

Система модульно-рейтингового контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти має таку структуру:

<b>№ з/п</b>	<b>Форма підсумкового контролю</b>	<b>Види навчальної діяльності здобувачів вищої освіти</b>	<b>Максимальна кількість балів</b>
1.	Передбачений підсумковий контроль – залік	1. Аудиторна та самостійна навчальна робота здобувача вищої освіти	<b>50</b>
		2. Модульна контрольна робота (МКР)	<b>50</b>

Поточне оцінювання всіх видів навчальної діяльності кожного здобувача вищої освіти (аудиторна, обов'язкова позааудиторна самостійна

робота (реферат, доповідь у формі мультимедійної презентації, творче завдання у формі есе), здійснюється за десятибальною шкалою (від 0 до 10 балів). У кінці вивчення навчального матеріалу кожного організаційного модуля викладач виставляє **окремо** бали за: 1) аудиторну роботу, 2) виконання однієї обов'язкової позааудиторної самостійної роботи з обраної здобувачем вищої освіти теми – як середнє значення усіх поточних оцінок з кожного виду роботи здобувача з округленням до цілого числа. Ці оцінки помножуються на **2** ( $10 \times 2 = 20$ ). Таким чином, сума балів (**максимум  $20+20=40$** ) за зазначені види роботи накопичується в рейтинговому “кошику” здобувача вищої освіти. У кінці вивчення навчального матеріалу модуля викладач виводить також середнє значення всіх поточних оцінок за виконання здобувачем вищої освіти додаткових завдань (доповідь у формі мультимедійної презентації, творче завдання у формі есе) (**максимум 10 балів**). Визначений середній бал за виконання додаткових завдань додається до попередньо зароблених балів. Сума балів за названі види роботи (**максимум  $20+20+10=50$** ) є рейтинговим балом здобувача вищої освіти за роботу протягом семестру.

Невиконання завдань обов'язкової позааудиторної самостійної роботи, невідвідування семінарських занять позначаються “**0**” балів.

### Умови допуску до семестрового заліку

При розв'язанні питання про допуск здобувачів вищої освіти до іспиту з «Іміджологія і PR у туризмі та рекреації» враховується виконання ними вимог навчального плану і графіка навчального процесу. Здобувачі вищої освіти мають відпрацювати всі пропущені аудиторні заняття з «Іміджологія і PR у туризмі та рекреації». Здобувач вважається **допущеним до семестрового заліку**, якщо він **виконав усі види робіт**, що передбачені робочою програмою дисципліни.

### Критерії оцінювання роботи здобувача вищої освіти на семінарському занятті

Максимальна кількість балів, яку здобувач вищої освіти може заробити за різні види роботи під час одного семінарського заняття становить 10 балів.

№ п/п	Види роботи студента на семінарському занятті	Кількість балів	Критерії оцінки
1.	Відповідь на семінарі з основних питань обговорення теми	9-10	Правильна, ґрунтовна, повна відповідь, творче висвітлення проблем
		7-8	Правильна, але недостатньо повна, розгорнута та ґрунтовна

		4-6	Відповідь з порушенням логіки, не аргументована
		2-3	Відповідь з суттєвими помилками
		1	Відповідь що не відповідає змісту питання
		0	Неготовність здобувача вищої освіти до семінару, або відсутність здобувача вищої освіти на семінарі без поважної причини
2.	Активна участь у роботі семінару (доповнення, участь у обговоренні ключових питань теми)	8-9-10	Максимально висока активність, що свідчить про всебічну обізнаність з матеріалом
		5-6-7	Висока активність, що свідчить про фрагментарну обізнаність з матеріалом
		3-4	Середня активність, що свідчить про необізнаність з матеріалом
		1-2	Низька активність, що свідчить про не володіння матеріалом
		0	Неготовність здобувача вищої освіти до семінару, або відсутність здобувача вищої освіти на семінарі без поважної причини

### Критерії оцінювання позааудиторної самостійної роботи

дотримані всі вимоги до написання позааудиторної самостійної роботи: позначені проблема й обґрунтована її актуальність, зроблений аналіз різних точок зору на проблему й логічно викладена власна позиція, сформульовані висновки, тема розкрита повністю, витриманий обсяг, дотримані вимоги до зовнішнього оформлення, дані правильні відповіді на додаткові питання.	8-9-10 балів
дотримані основні вимоги до написання позааудиторної самостійної роботи, тема розкрита достатньо повно, витриманий обсяг, дотримані вимоги до зовнішнього оформлення. Водночас допущені деякі недоліки: не обґрунтовано актуальність теми, сформульовані висновки не чіткі, наявні певні неточності у викладенні матеріалу.	6-7 балів
значне недотримання вимог до написання позааудиторної самостійної роботи. Зокрема: тема розкрита лише частково, допущені фактичні помилки в змісті позааудиторної самостійної роботи, відсутній висновок, не витриманий обсяг самостійної роботи; є недоліки в оформленні.	3-4-5 балів



тема позааудиторної самостійної роботи не розкрита, виявляється істотне нерозуміння проблеми, не витриманий обсяг самостійної роботи; самостійна робота оформлена не правильно.	1-2 балів
Невиконання здобувачем вищої освіти позааудиторної самостійної роботи	0 балів

### Модульна контрольна робота

Модульна контрольна робота є складником семестрового рейтингу. Наприкінці семестру всі здобувачі вищої освіти виконують модульні контрольні роботи з усіх дисциплін.

До кожного варіанта модульної контрольної роботи входить по три питання, що відповідають репродуктивному (рівень А), алгоритмічному (рівень В) й творчому (рівень С) рівням складності.

#### *Зразок модульної контрольної роботи*

#### Варіант № 4

1. Історія іміджології і PR у туризмі та рекреації (Рівень А).  
*Максимальна кількість балів – 10.*
2. Презентації міжнародного туристичного продукту. (Рівень В).  
*Максимальна кількість балів – 15.*
3. Проаналізуйте закономірності формування іміджу туристичної фірми (Рівень С).  
*Максимальна кількість балів – 25.*

#### Критерії оцінювання модульної контрольної роботи:

**Питання репродуктивного рівня** (рівень А). Максимальна кількість балів – 10.

**9-10 балів** – виставляються за бездоганну відповідь.

**6-7-8 балів** – виставляються за повну відповідь, але в ній допущені деякі неточності, що не мають істотного значення.

**4-5 балів** – виставляються за неповну відповідь, в якій багато неточностей.

**1-2-3 бали** – виставляються за схематичну відповідь, в якій багато фактологічних помилок.

**0 балів** – виставляються за відсутності відповіді, або за відповідь, що не відповідає змісту завдання.

**Питання алгоритмічного рівня (рівень В).** Максимальна кількість балів – 15.

**13-14-15 балів** – виставляються за умови досконалого орієнтування у змісті понять, що висвітлюються, безпомилкового знання фактологічного матеріалу.

**10-11-12 балів** – виставляються за умови в цілому правильного висвітлення питання.

**7-8-9 балів** – виставляються за умови загального орієнтування в змісті проблеми.

**3-4-5-6 балів** – виставляються за умови неповного, поверхового розкриття змісту проблеми.

**1-2 бали** – виставляються за умови загального орієнтування в змісті проблеми з суттєвими помилками її розкриття.

**0 балів** – виставляються за відсутності відповіді, або за відповідь, що не відповідає змісту завдання.

**Питання творчого рівня (рівень С).** Максимальна кількість балів – 25.

**22-23-24-25 балів** – виставляються за вичерпну, змістовну, логічну та послідовну за викладом відповідь, що містить самостійні судження та демонструє здатність творчого розв'язання поставлених завдань.

**18-19-20-21 балів** – виставляються за вичерпну, змістовну, логічну та послідовну за викладом відповідь.

**14-15-16-17 балів** – виставляються за умови, що відповідь правильна, змістовна, послідовна, але містить незначні недоліки у викладі теоретичного підґрунтя.

**10-11-12-13 балів** – виставляються за умови, що відповідь правильна, але містить незначні недоліки, рівень самостійності в судженнях недостатній.

**6-7-8-9 балів** – виставляються за умови, що відповідь неповна, схематична; рівень самостійності в судженнях недостатній.

**3-4-5 балів** – виставляються за умови, якщо у відповіді є неточності та помилки у розкритті проблеми; рівень самостійності в судженнях недостатній.

**1-2 бали** – виставляються за умови, відсутності вичерпної відповіді на питання; наявності значної кількості неточностей і фактологічних помилок, що свідчить про поверховість знань студента.

**0 балів** – виставляються за відсутності відповіді, або за відповідь, що не відповідає змісту завдань.

Модульна контрольна робота виконується протягом двох академічних годин (1 година 20 хвилин)). Максимальний рейтинг здобувача вищої освіти за виконання модульної контрольної роботи становить 50 балів.

## **Підсумковий контроль**

### **Залік**

В умовах дистанційного навчання здобувачі складають залік в **он-лайн режимі** на інформаційній платформі Microsoft Office Teams в реальному часі відповідно до розкладу заліково-екзаменаційної сесії, складеного деканатом факультету. Обов'язковою умовою складання заліку є підключення з відеозв'язком (з персонального комп'ютера, телефону або іншого пристрою). Під час приєднання здобувача вищої освіти до онлайн конференції він / вона для ідентифікації обов'язково має показати свій студентський квиток, залікову книжку або інший документ, що посвідчує особу.

Процес проведення заліку передбачає співбесіду викладача з кожним здобувачем за питаннями підсумкового контролю (додаються). Надання часу для підготовки до відповіді не передбачається.

Під час складання заліку має здійснюватися відеозапис відповідей здобувачів (з обов'язковим інформуванням про це здобувачів перед початком заліку) з подальшим збереженням цих записів. Здобувачі мають дотримуватися усіх вимог академічної доброчесності. У разі їх порушення викладач припиняє процедуру прийняття заліку у здобувача та виставляє 0 балів.

#### **Критерії оцінювання відповіді здобувача під час 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 ґрунтовність викладу	Основні питання розкриті повністю і ґрунтовно.	Основні питання розкриті лише частково і без належної глибини/зовсім не розкриті.
3.	Термінологічна коректність	Здобувач вільно й коректно користується понятійно-категоріальним апаратом	Здобувач майже не користується термінологією.

	дисципліни.	
--	-------------	--

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.

### Заочна форма здобуття освіти

Здобувач вищої освіти вважається допущеним до семестрового контролю з конкретної навчальної дисципліни (семестрового іспиту, диференційованого заліку або заліку), якщо він виконав усі види робіт, що передбачені робочою програмою навчальної дисципліни.

На заліку оцінювання засвоєння здобувачем навчального матеріалу здійснюється так само, як на іспиті. Викладач ставить студентові не менше двох питань, які оцінюються кожне **окремо** в 4-бальній шкалі («відмінно» – «5», «добре» – «4», «задовільно» – «3», «незадовільно» – «2»). Потім виводиться загальна оцінка за відповідь на заліку як середнє арифметичне з оцінок за кожне питання з округленням до десятої частки. Ця оцінка помножується на коефіцієнт **20\***.

Отримане значення становить **підсумковий рейтинговий бал**, якому відповідає **оцінка за шкалою ЄКТС** і **оцінка за національною шкалою** («зараховано», «не зараховано») за таблицею:

Підсумковий рейтинговий бал (кількість балів за 100-бальною шкалою)	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за залік
---	-----------------------	-----------------

\*Наприклад, до екзаменаційного білета входять 3 питання. На іспиті за перше питання студент отримав «5», за друге – «4», за третє – «4». Середнє арифметичне з округленням до десятої частки становить **4,3**. **4,3** помножуємо на коефіцієнт **20**: **4,3 x 20**

90 – 100	A	<b>зараховано</b>
82 – 89	B	
75 – 81	C	
66 – 74	D	
60 – 65	E	
0 – 59	FX	<b>не зараховано</b>

### **Рекомендована література:**

#### **Основна література:**

1. Алієва-Барановська, В. М., Дахно, І.І. (2021). *Міжнародний туризм: навч. посібник-довідник*. Київ: ЦУЛ.
2. Божидарник, Т.В. (2021). *Міжнародний туризм: навч. посібник*. Київ: ЦУЛ.
3. Забуранна, Л. В., Сіренко К. В. (2016). *Маркетингові комунікації туристичних підприємств: сучасна теорія і практика : монографія*. Київ : Ліра-К.
4. Колот, А. М. (2012). *Мотивація персоналу: підручник*. Київ: КНЕУ.
5. Любіцева, О.О., Давидова О.Г. (2017). *Маркетинг у туризмі : практикум*. Київ : ВПЦ "Київ. ун-т".
6. Микитюк, П. (2006). *Інноваційний менеджмент: Навчальний посібник*. Тернопіль: Економічна думка.
7. Паньків, Н. (2017). *Іміджологія та PR в туризмі: навч.-мет. посібник*. Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка.
8. Плецан, Х.В., Карамушка, Л.М., Пірен, М.І. (2018). *Технології лідерства та успішності в сфері туризму : навч.-метод. комплекс*. Київ : Ліра-К.

#### **Додаткова література:**

1. Гугул, О. (2013). Теоретичні засади управління розвитком персоналу. *Інноваційна економіка*, 6(44), 194-198.
2. Денисенко, М. П., Ольшанська, В. О., Григорчук, Д. В. (2019). Розвиток міжнародного туризму в контексті прогнозів ВТО. *Вчені записки університету "КРОК"*, 4 (56), 41–47.
3. Зінченко, В.А. (2019). Особливості бізнес-планування в системі сфери обслуговування. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*, 2, 284–291.
4. Кляп, М. П., Шандор, Ф. Ф. (2011). *Сучасні різновиди туризму : навч. посіб.* Київ : Знання.
5. Люта, Г. Павленко, І. (2017). Вплив інноваційних технологій на систему управління підприємством. *Економіка і суспільство*, 12, 298 – 303.
6. Михайлова, Л., Гуторов, О., Турчіна С., Шарко І. (2015).

- Інноваційний менеджмент*. Київ: Центр учбової літератури.
7. Міхо, О. І. (2020). *Анімація в рекреації та туризмі* : словник-довідник. Київ : Ліра-К.
  8. Скопень, М. М. (2013). *Комп'ютерні інформаційні технології в туризмі* : навч. посібник. Київ : Кондор.
  9. Хоменко Л. М. Прогнозування та планування діяльності туристичних фірм. Актуальні проблеми наукового й освітнього простору в умовах поглиблення євроінтеграційних процесів : Зб. тез доп. Міжнар. науково-практ. конф., м. Мукачево, 14 трав. 2015 р.

### **Інформаційні ресурси**

1. Нормативні акти України. URL: <http://www.nau.kiev.ua>
2. Державний комітет статистики України. URL: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)
3. Державна служба туризму і курортів. URL: [www.tourism.gov.ua](http://www.tourism.gov.ua)
4. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. URL: [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org)

### **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.