

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**



ФАКУЛЬТЕТ
туризму, бізнесу і психології



Кафедра психології і туризму

СИЛАБУС

вибіркової навчальної дисципліни

«Туристичний брендинг»

спеціальність 242 Туризм

освітня програма
Туристичне обслуговування

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Кафедра	психології і туризму
Факультет	туризму, бізнесу і психології
Викладач	 Кучерява Ганна Олександрівна, декан факультету туризму, бізнесу і психології, кандидат географічних наук, доцент
Статус дисципліни	вибіркова дисципліна професійної і практичної підготовки
Курс, семестр	IV курс, VIII семестр
Обсяг дисципліни у кредитах ЄКТС / загальна кількість годин	3 кредити ЄКТС / 90 годин
Мова викладання	українська
Коротка анотація дисципліни (Що я вивчатиму?)	Під час вивчення дисципліни студенти дізнаються про сутність туристичного брендингу, його значення для розвитку

	туристичних DESTИНАЦІЙ, основні принципи формування бренду території, інструменти просування туристичних продуктів, а також про сучасні стратегії позиціонування туристичних DESTИНАЦІЙ на міжнародному туристичному ринку.
Мета вивчення дисципліни <i>(Чому це цікаво й потрібно вивчати?)</i>	Метою вивчення навчальної дисципліни «Туристичний брендинг» є засвоєння студентами сутності туристичного брендингу як інструменту підвищення туристичної привабливості території та покращення її іміджу; оволодіння практичними навичками складання бренд-буку території та просування туристичних DESTИНАЦІЙ на міжнародному туристичному ринку.
Результати навчання <i>(Чому я навчуся на цій дисципліні?)</i>	У ході вивчення дисципліни студенти навчатимуться: - розуміти сутність туристичного брендингу як інструменту управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ; - ідентифікувати та описувати ключові етапи формування туристичного бренду території та визначати основні цілі ребрендингу; - аналізувати туристичні бренди країн світу, а також міст і регіонів України як засоби формування позитивного іміджу, підвищення впізнаваності та привабливості туристичних DESTИНАЦІЙ; - опрацьовувати візуальні та змістові елементи бренд-буків територій і презентувати результати роботи.
Компетентності <i>(Яку сукупну користь я отримаю від вивчення цієї дисципліни?)</i>	Вивчення дисципліни дозволить студентам сформувати такі компетентності: - розуміння теоретичних основ туристичного брендингу та його ролі в розвитку туристичних DESTИНАЦІЙ; - здатність розробляти концепцію туристичного бренду з урахуванням культурних, історичних та географічних особливостей території; - уміння досліджувати та оцінювати ефективність туристичних брендів різного рівня (країни, регіони, міста); - навички створення бренд-буків і підготовки презентацій туристичних брендів; - критичне мислення щодо побудови бренд-стратегії та прийняття обґрунтованих рішень.
Види занять і їхній розподіл за годинами	Лекції – 14 годин, семінарські заняття – 16 годин.

Тематика (змістові навчальної дисципліни модулі)	Тема 1. Сутність, цілі та завдання туристичного брендингу. Роль бренду в просуванні дестинацій на туристичному ринку. Тема 2. Етапи формування туристичного бренду території. Цілі ребрендингу. Тема 3. Складові туристичного бренду: візуальні, емоційні, смислові елементи. Стратегії формування та просування туристичного бренду. Тема 4. Бренд-бук туристичної дестинації: структура та правила створення. Тема 5. Туристичні бренди країн світу: успішні кейси та аналіз практик. Тема 6. Бренд «Ukraine NOW» як інструмент формування позитивного іміджу України на світовому туристичному ринку. Тема 7. Брендинг міст та регіонів України: виклики та можливості.
Політика оцінювання (розподіл балів і критерії)	Семестровий рейтинговий бал є сумою рейтингового бала за аудиторну та самостійну роботу протягом семестру (максимум 50 балів) і бала за МКР (максимум 50 балів). Максимальний рейтинговий бал становить 100 балів. Студенти, які мають семестровий рейтинговий бал з дисципліни 60 і вище, отримують оцінку «зараховано» і відповідну оцінку в шкалі ЄКТС без складання заліку. Студенти, які мають семестровий рейтинговий бал з дисципліни 59 і нижче, складають залік і в разі успішного складання отримують оцінку «зараховано» в національній шкалі, а в шкалі ЄКТС – «Е» та бал 60.
Пререквізити (передумови вивчення дисципліни)	Передумовами до вивчення (вибору) дисципліни «Туристичний брендинг» є засвоєння навчальних матеріалів з дисциплін «Туристичне країнознавство», «Маркетинг у туризмі».
Навчально-методичне й інформаційне забезпечення	Борисюк, О. А., Дудник, І. М., & Беркова, О. П. (2019). Географічний регіон як об'єкт туристичного маркетингу. <i>Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Географія</i>, 4(74), 23–31. Брич, В. Я. (Ред.), & Тибія, А. М. (2017). <i>Стратегічні вектори розвитку туристичних дестинацій Тернопільщини</i> [Монографія] (164 с.). Тернопіль: Осадца Ю.В. Корж, Н. В., & Басюк, Д. І. (2017). <i>Управління</i>

	<i>туристичними DESTИНАЦІЯМИ: підручник (322 с.). Вінниця: ПП «ТД Едельвейс і К».</i> Кучерява, Г. О. (2021). Туристичний брендинг як інструмент управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ. <i>Часопис соціально-економічної географії</i>, (30), 32–40. Середа, Н. (2023). Маркетинг і брендинг у туризмі: стратегії просування та конкурентоспроможність туристичних напрямків. <i>Економіка та суспільство</i>, (57). Хитра, О. (2022). Туристичний брендинг в умовах економіки вражень. <i>Економіка та суспільство</i>, (42).
Форми і способи поточного та семестрового контролю	Семінарські заняття передбачають усне опитування, виконання письмових практичних завдань, захист індивідуальних і групових завдань / проєктів. Самостійна робота включає вивчення теоретичних питань, виконання індивідуальних завдань з метою закріплення теоретичного матеріалу. Наприкінці семестру виконується модульна контрольна робота. Підсумкова форма контролю – залік в усній формі.

Затверджено на засіданні кафедри психології і туризму

протокол № 12 від «10» квітня 2025 р.

Завідувач кафедри



Олександр БОНДАРЕНКО