

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВЕТЕРИНАРНОЇ  
МЕДИЦИНИ ТА БІОТЕХНОЛОГІЙ ІМЕНІ С.З. ГЖИЦЬКОГО  
ФАКУЛЬТЕТ ЗЕМЛЕВПОРЯДКУВАННЯ ТА  
ІНФРАСТРУКТУРНОГО РОЗВИТКУ  
КАФЕДРА ТУРИЗМУ, РЕКРЕАЦІЇ ТА КРАЄЗНАВСТВА**



**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Гарант освітньо-професійної  
програми «Туризм і рекреація»  
першого (бакалаврського)  
рівня вищої освіти  
к.е.н., доцент Оксана БЕРЕЗІВСЬКА

*О. Березівська*

**СИЛАБУС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА  
«ІМІДЖЕОЛОГІЯ ТА PR У ТУРИЗМІ»**

**ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ:**

**Рівень вищої освіти** – Перший (бакалаврський) рівень

**Ступінь вищої освіти** – бакалавр

**Галузь знань** - 24 Сфера обслуговування

**Спеціальність** – 242 Туризм і рекреація

**Освітньо-професійна програма** – «Туризм і рекреація»

**Кількість кредитів** – 3

**Рік підготовки** – 4, семестр – 7

**Компонент освітньо-професійної програми** – вибірковий, професійний.

**Дні занять** – відповідно до розкладу занять.

**Консультації** – онлайн і офлайн відповідно до графіку консультацій кафедри.

**Мова викладання** – українська.

## ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА:



**Березівська Оксана Йосипівна**, кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму, рекреації та краєзнавства

**Контактна інформація:**

Адреса: 80381, вул. В. Великого, 1,

м. Дубляни, Львівський район, Львівська область.

e-mail: berezivskaoj@lnup.edu.ua

Телефони: мобільний +38-067-800-78-31.

**Читає освітні компоненти:** Сервісологія, Технологія продажів у туризмі, Поведінка споживача, Туристичне країнознавство, Управління проектами в туризмі.

Викладачка з 25-річним досвідом, авторка та співавторка близько 180 наукових і навчально-методичних праць, з них 125 наукових та 50 навчально-методичного характеру, у тому числі 7 – у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз Scopus або Web of Science.

**Основні напрями наукових досліджень:** дослідження теоретичних, методичних та прикладних аспектів створення та ефективного функціонування підприємств індустрії гостинності та сфери туризму.

### 1. Анотація освітнього компонента.

Освітній компонент «Іміджологія та PR у туризмі» спрямований на формування у здобувачів вищої освіти системи знань про теоретичні засади іміджології, зв'язків з громадськістю та стратегічних комунікацій у сфері туризму. У межах освітнього компонента вивчаються сутність, структура та функції іміджу туристичного підприємства, туристичної дестинації, туристичного продукту і фахівця туристичної галузі, а також особливості формування бренду, репутації та позитивного публічного образу суб'єктів туристичної діяльності.

Особлива увага приділяється використанню PR-технологій у просуванні туристичних послуг, організації взаємодії з цільовими аудиторіями, медіа, партнерами, органами влади та місцевими громадами. Освітній компонент охоплює питання брендингу туристичних дестинацій, подієвого PR, цифрових комунікацій, управління онлайн-репутацією, кризового PR та оцінювання ефективності іміджевої і PR-діяльності у сфері туризму.

У процесі вивчення освітнього компонента здобувачі вищої освіти набувають умінь аналізувати іміджеві характеристики туристичних підприємств і дестинацій, розробляти комунікаційні та PR-стратегії, створювати PR-матеріали, застосовувати інструменти цифрового просування та обґрунтовувати шляхи підвищення конкурентоспроможності суб'єктів туристичної діяльності засобами іміджології та PR.

Освітній компонент має міждисциплінарний характер, поєднує положення туризмознавства, маркетингу, брендингу, менеджменту, комунікативістики та психології сприйняття і забезпечує підготовку фахівців, здатних професійно формувати, підтримувати та просувати позитивний імідж у туристичній сфері.

Освітній компонент «Іміджеологія та PR у туризмі» є вибірковим і належить до циклу професійної підготовки за освітньою програмою “Туризм і рекреація” спеціальності 242 Туризм і рекреація галузі знань 24 Сфера обслуговування, яка викладається в 7 семестрі в обсязі 3 кредити. Підсумковий контроль – залік.

## **2. Мета та завдання освітнього компонента.**

**Метою освітнього компонента** є формування у здобувачів вищої освіти системи теоретичних знань і практичних навичок щодо формування, підтримки та просування позитивного іміджу туристичних підприємств, туристичних дестинацій, туристичних продуктів і фахівців сфери туризму, а також оволодіння сучасними PR-технологіями, інструментами стратегічних комунікацій, брендингу, медіавзаємодії та управління репутацією в туристичній діяльності.

### **Завдання освітнього компонента:**

- розкрити теоретико-методичні засади іміджеології та PR у сфері туризму;
- сформуванати у здобувачів розуміння сутності, структури, функцій і видів іміджу туристичного підприємства, туристичної дестинації, туристичного продукту та фахівця туристичної галузі;
- ознайомити з сучасними підходами до формування бренду, репутації та позитивного публічного образу суб’єктів туристичної діяльності;
- навчити застосовувати PR-технології, інструменти стратегічних комунікацій, медіавзаємодії та цифрового просування у туристичній сфері;
- сформуванати навички розроблення іміджевих і PR-стратегій для туристичних підприємств, організацій та дестинацій;
- розвинути вміння працювати з різними цільовими аудиторіями, засобами масової інформації, партнерами, органами влади, місцевими громадами та онлайн-платформами;
- ознайомити з особливостями організації подієвого, цифрового та кризового PR у туризмі;
- сформуванати навички створення PR-матеріалів, комунікаційних повідомлень, презентаційних та іміджевих текстів у сфері туризму;
- навчити аналізувати, оцінювати та коригувати іміджеву і PR-діяльність туристичних підприємств та дестинацій;
- підготувати здобувачів до професійного використання комунікаційних технологій для підвищення конкурентоспроможності суб’єктів туристичної діяльності.

**3. Пререквізити:** Туристичне країнознавство, Організація туризму, Туристичне краєзнавство, Сервісологія.

**4. Постреквізити:** Інноваційні технології у туризмі, Стандартизація та сертифікація туристичних послуг.

## 5. Результати навчання

Відповідно до освітньо-професійної програми «Туризм і рекреація» вивчення освітнього компонента забезпечує набуття здобувачами таких компетентностей та програмних результатів навчання:

Інтегральна компетентність	<b>ІК.</b> 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	<b>К02.</b> Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.
Фахові (спеціальні) компетентності	<b>К19.</b> Розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів.
Програмні результати навчання	<b>ПРО4.</b> Пояснювати особливості організації рекреаційно-туристичного простору.

## 6. Опис освітнього компонента

Найменування показників	Всього годин	
	денна форма здобуття освіти	заочна форма здобуття освіти
<b>Семестр</b>	<b>7</b>	<b>7</b>
<b>Кількість кредитів/годин</b>	<b>3/90</b>	<b>3/90</b>
<b>Усього годин аудиторної роботи</b>	<b>42</b>	<b>10</b>
в т.ч.:		
• лекційні заняття, год.	14	4
• практичні заняття, год.	28	6
• лабораторні заняття, год.	-	-
• семінарські заняття, год.	-	-
<b>Усього годин самостійної роботи</b>	<b>48</b>	<b>80</b>
<b>Форма контролю</b>	<b>залік</b>	<b>залік</b>

## 7. Дидактична карта освітнього компонента

Назви тем	Кількість годин											
	денна форма здобуття освіти (ДФЗО)					заочна форма здобуття освіти (ЗФЗО)						
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
л		п	лаб.	інд.	с. р.	л		п	лаб.	інд.	с. р.	
Тема 1. Теоретичні засади іміджеології та PR у туризмі	11	2	3			6	11	0,5	0,5			10
Тема 2. Імідж суб'єктів туристичної діяльності	11	2	4			5	11	0,5	1			9,5
Тема 3. Брендинг і позиціонування туристичних дестинацій	11	1	3			7	11	0,5	0,5			10
Тема 4. PR-діяльність у системі туристичних комунікацій	12	2	4			6	12	0,5	1			10,5
Тема 5. Цифровий PR та онлайн-репутація в туризмі	11	2	3			6	11	0,5	0,5			10
Тема 6. Комунікаційні технології створення туристичного образу	11	2	4			5	11	0,5	1			9,5
Тема 7. Антикризовий PR та відновлення довіри у туризмі	11	1	3			7	11	0,5	0,5			10
Тема 8. Оцінювання ефективності іміджевої та PR-діяльності в туризмі	12	2	4			6	12	0,5	1			10,5
<b>Усього годин</b>	<b>90</b>	<b>14</b>	<b>28</b>			<b>48</b>	<b>90</b>	<b>4</b>	<b>6</b>			<b>80</b>

## **8. Перелік соціальних, універсальних, “м’яких” навичок (soft skills)**

1. **Критичне мислення** – здатність аналізувати іміджеві та комунікаційні процеси у сфері туризму, оцінювати ефективність PR-інструментів, виявляти репутаційні ризики та критично осмислювати інформацію з різних джерел.
2. **Комунікативність** – здатність ефективно здійснювати усну, письмову та цифрову комунікацію з різними цільовими аудиторіями, партнерами, медіа та споживачами туристичних послуг.
3. **Креативність** – здатність генерувати оригінальні ідеї для формування позитивного іміджу туристичних підприємств і дестинацій, створення PR-матеріалів, комунікаційних кампаній і презентаційних продуктів.
4. **Емоційний інтелект** – здатність розуміти емоції, мотивації та очікування різних аудиторій, враховувати психологічні аспекти сприйняття туристичного бренду та вибудовувати ефективну взаємодію.
5. **Уміння працювати в команді** – здатність взаємодіяти з колегами, партнерами, представниками медіа, органів влади та громад для спільного розроблення та реалізації іміджевих і PR-проектів у туризмі.
6. **Лідерські якості** – здатність ініціювати комунікаційні рішення, координувати іміджеву діяльність, брати відповідальність за організацію PR-заходів і просування туристичних продуктів.
7. **Адаптивність** – здатність швидко реагувати на зміни в інформаційному середовищі, трансформації туристичного ринку, нові комунікаційні тренди та кризові ситуації.
8. **Навички публічного виступу** – здатність презентувати туристичні підприємства, дестинації, бренди та PR-проекти, аргументовано відстоювати комунікаційні рішення та професійно представляти їх публічно.
9. **Аналітичне мислення** – здатність досліджувати імідж туристичних підприємств і дестинацій, аналізувати медіапростір, оцінювати результати PR-кампаній та обґрунтовувати напрями їх удосконалення.
10. **Медіаграмотність** – здатність ефективно працювати з традиційними та цифровими медіа, аналізувати медіаконтент, протидіяти інформаційним ризикам і формувати якісне комунікаційне середовище.
11. **Самопрезентація** – здатність формувати власний професійний імідж, демонструвати компетентність, етичність і комунікаційну культуру у професійній діяльності.
12. **Відповідальність** – здатність усвідомлювати наслідки комунікаційних рішень, дотримуватися етичних норм у сфері PR та туризму, відповідально ставитися до змісту і форми професійних повідомлень.
13. **Організаційні навички** – здатність планувати PR-заходи, координувати комунікаційні процеси, раціонально розподіляти час і ресурси у реалізації іміджевих завдань.
14. **Навички розв’язання проблем** – здатність виявляти комунікаційні та репутаційні проблеми, знаходити оптимальні способи їх подолання та приймати обґрунтовані рішення у стандартних і кризових ситуаціях.

**15. Саморозвиток** – здатність до постійного оновлення знань, опанування нових комунікаційних технологій, вдосконалення професійної майстерності та розвитку індивідуального стилю роботи у сфері туризму.

**Формат освітнього компонента** – проведення лекцій і практичних занять та консультацій для кращого розуміння тем; виконання самостійної роботи здобувачами; проведення наукових досліджень та опублікування їх результатів (написання статей, тез конференцій, доповідей круглих столів і семінарів).

В карантинних умовах COVID-19 та воєнного стану в Україні допускається проведення лекцій і практичних занять у дистанційній формі з використанням платформ: Moodle, Microsoft Teams, Zoom, Skype, Viber.

### **9. Форми та методи навчання.**

Лекційні заняття обов'язково супроводжуються мультимедійною презентацією і відбуваються у таких формах: лекція-діалог (лекція-бесіда), лекція-візуалізація, лекція-дискусія, проблемна лекція, лекція із запланованими помилками тощо. Практичні та семінарські заняття відбуваються у таких формах: робота в групах, мозкова атака, презентація, ділова гра, семінар-дискусія і т.д.

**Стейкхолдери, практики, представники туристичного бізнесу, фахівці, залучені до викладання освітніх компонентів.**

До викладання освітнього компонента долучаються представники органів державної виконавчої влади в галузі туризму, державних та приватних туристичних підприємств, туристичних кластерів, операторів, національних парків, підприємств готельно-ресторанного бізнесу, за участю яких проводяться так звані гостьові або виїзні заняття.

**Остаточна оцінка розраховується наступним чином:**

Види оцінювання	Кількість балів
Тема 1. Теоретичні засади іміджеології та PR у туризмі	12
Тема 2. Імідж суб'єктів туристичної діяльності	13
Тема 3. Брендинг і позиціонування туристичних дестинацій	12
Тема 4. PR-діяльність у системі туристичних комунікацій	13
Тема 5. Цифровий PR та онлайн-репутація в туризмі	12
Тема 6. Комунікаційні технології створення туристичного образу	13
Тема 7. Антикризовий PR та відновлення довіри у туризмі	12
Тема 8. Оцінювання ефективності іміджевої та PR-діяльності в туризмі	13
Разом	100 балів

Підсумкова оцінка з освітнього компонента «Іміджеологія та PR у туризмі» виставляється за 100-бальною шкалою з наступним переведенням у національну шкалу та шкалу ЄКТС.

## Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, диференційованого заліку, курсового проєкту (роботи), практики, підсумкової атестації	для заліку
90–100	<b>A</b>	відмінно	зараховано
82–89	<b>B</b>	добре	
74–81	<b>C</b>		
64–73	<b>D</b>	задовільно	
60–63	<b>E</b>		
35–59	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0–34	<b>F</b>	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Окремі теми або освітній компонент можуть бути перезараховані на підставі результатів навчання за неформальною або інформальною освітою.

### Методи контролю та оцінювання

1. Усне опитування (фронтальне, індивідуальне, детальний аналіз відповідей здобувачів).

2. Письмова аудиторна та позааудиторна перевірка (письмове опитування, підготовка різних відповідей, рефератів, підготовка презентацій; написання та опублікування тез конференцій, доповідей круглих столів, семінарів, контрольні роботи (з конкретних питань тощо).

3. Практична перевірка (проведення опитування, здійснення моделювання ситуацій, складання моделей, виконання практичного завдання, аналіз виробничої інформації і т. д.).

4. Стандартизований контроль (тести).

5. Самоконтроль (самооцінка здобувача вищої освіти якості засвоєного навчального матеріалу з освітнього компонента в цілому, змістовного модуля чи окремої теми на основі передбачених у методичних рекомендаціях питань для самоконтролю).

6. Самооцінка (передбачає критичне ставлення здобувача до своїх здібностей і можливостей, об'єктивне оцінювання досягнутих результатів).

Види контролю: поточний контроль та залік.

## 10. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

### Основний

1. Бугрим В. В. Іміджологія / Іміджмейкінг : навч. посіб. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2014. 250 с.

2. Буторіна В. Б. Іміджеологія і PR підприємств туристичної галузі : навч.-метод. посіб. Кам'янець-Подільський : ПП «Медобори-2006», 2015. 112 с. URL: <https://elar.kpnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/222>
3. Дячук В. П. Іміджологія. Соціокультурний вимір : навч. посіб. Київ : Ліра-К, 2017. 308 с. URL: [https://elib.nakkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/3688/Diachuk\\_Imigologia.pdf?isAllowed=y&sequence=1](https://elib.nakkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/3688/Diachuk_Imigologia.pdf?isAllowed=y&sequence=1)
4. Мальська М., Паньків Н. Іміджеологія і PR у туризмі : підручник. Київ : Каравела, 2023. 246 с. URL: <https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/05/Malska-Pankiv-N-Imidzhelohiia-ta-PR-v-turyzmi-book-2023.pdf>
5. Паньків Н. Іміджеологія та PR у туризмі : навч.-метод. посіб. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2017. 120 с. URL: <https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/02/Imidzhelohiia-PR-v-turyzmi-Pankiv2017.pdf>
6. Шавкун І. Г., Дибчинська Я. С. Формування іміджу організації : навч. посіб. Запоріжжя : ЗНУ, 2016. 111 с.

#### Допоміжний

1. Любіцева О. О. Маркетинг у туризмі : підручник. Київ : Київський університет, 2018. 480 с.
2. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності : навчальний посібник. Чернівці : Книги-XXI, 2019. 344 с.
3. Бейдик О. О. Рекреаційна географія : навчальний посібник. Київ : Альтерпрес, 2018. 320 с.
4. Герасименко В. Г. Менеджмент туризму : навчальний посібник. Одеса : Атлант, 2017. 298 с.
5. Писаревський І. М. Маркетинг туристичних послуг : навчальний посібник. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 288 с.
6. Данько Н. І. Маркетинг туристичних дестинацій : навчальний посібник. Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2019. 256 с.
7. Buhalis D., Amaranggana A. Smart Tourism Destinations // Information and Communication Technologies in Tourism 2015. Cham : Springer, 2015. P. 553–564.
8. Buhalis D., Costa C. Tourism Management, Marketing and Development. London : Routledge, 2018. 320 p.
9. Doorley J., Garcia H. Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication. 3rd ed. New York : Routledge, 2020. 420 p.
10. Gregory A. Planning and Managing Public Relations Campaigns: A Strategic Approach. 5th ed. London : Kogan Page, 2020. 456 p.
11. Hudson S. Marketing for Tourism, Hospitality and Events: A Global and Digital Approach. 2nd ed. London : Sage Publications, 2017. 536 p.
12. Kotler Ph., Bowen J., Makens J. Marketing for Hospitality and Tourism. 7th ed. Boston : Pearson Education, 2017. 683 p.

13. Morgan N., Pritchard A., Pride R. Destination Brands: Managing Place Reputation. 3rd ed. London : Routledge, 2017. 372 p.
14. Morrison A. M. Marketing and Managing Tourism Destinations. 3rd ed. London : Routledge, 2024. 640 p.
15. Morrison A. M. Hospitality and Travel Marketing. 5th ed. London : Routledge, 2022. 760 p.
16. Pike S., Page S. J. Destination Marketing: An Integrated Marketing Communication Approach. London : Routledge, 2020. 420 p.
17. Tench R., Yeomans L. Exploring Public Relations. 4th ed. Harlow : Pearson Education, 2017. 520 p.
18. Smith R. D. Strategic Planning for Public Relations. 5th ed. London : Routledge, 2017. 600 p.
19. Xiang Z., Fesenmaier D. Analytics in Smart Tourism Design: Concepts and Methods. Cham : Springer, 2017. 320 p.

#### ***Періодичні видання:***

1. Науковий журнал «Географія та туризм».
2. Журнал «Карпати. Туризм. Відпочинок».
3. Журнал «Міжнародний туризм».
4. Журнал «Український туризм».
5. Журнал «Туризм сільський зелений».
6. Журнал «Маркетинг в Україні».
7. Journal of Sustainable Tourism.
8. Journal of Hospitality and Tourism Research.
9. Tourism, Culture and Communication.

### **11. ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ**

1. Бібліотечно-інформаційні ресурси – книжковий фонд, періодика та фонди на електронних носіях бібліотеки ЛНУВМБ імені С. З. Гжицького, державних органів науково-технічної інформації, наукових, науково-технічних бібліотек та інших наукових бібліотек України:

–Наукова бібліотека Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького, м. Дубляни, вул. В. Великого, 1.

–Львівська наукова бібліотека ім. Стефаника НАН України, вул. Стефаника, 2; тел. 74-43-72.

–Львівська обласна наукова бібліотека, просп. Шевченка, 13; тел.74-02-26.

–Наукова бібліотека ЛНУ ім. Франка, метод. Відділ, вул. Драгоманова, 17; тел. 296-42-41.

–Центральна міська бібліотека ім. Лесі Українки, вул. Мулярська, 2а; тел.72-05-81.

2. Електронні інформаційні ресурси мережі інтернет:

1. Віртуальне навчальне середовище ЛНУВМБ імені С. З. Гжицького. URL: <https://moodle.lnup.edu.ua/>

2. Офіційний сайт Президента України. URL: <http://www.president.gov.ua/>

3. Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: <https://www.rada.gov.ua/>

4. Офіційний сайт Міністерства економіки, довкілля та сільського господарства України. URL: <https://me.gov.ua/?lang=uk-UA>

5. Офіційний сайт Держстату України. URL: <https://stat.gov.ua/uk>

6. Офіційний сайт Головного управління статистики у Львівській області. URL: <http://www.lv.ukrstat.gov.ua/>

7. Офіційний сайт Журналу «Урядовий кур'єр». URL: <http://www.ukurier.gov.ua/>

8. Офіційний сайт Львівської національної бібліотеки України ім. В. Стефаника URL: <http://www.lsl.lviv.ua/>

9. Всесвітня рада з туризму та подорожей. URL: <https://www.wttc.org/>

10. Всесвітня туристична організація. URL: <https://www.untourism.int/>

11. Європейська туристична комісія. URL: <https://etc-corporate.org/>

12. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму України. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>

13. Національна туристична організація України. URL: <https://nto.ua/>

14. Асоціація лідерів турбізнесу України (АЛТУ). URL: <http://altu.com.ua/Altu/About/>

15. Асоціація ділового туризму України. URL: <http://btaukraine.com>

16. Асоціація індустрії гостинності України. URL: <https://aigu.com.ua/>

17. Громадська спілка «Всеукраїнська асоціація гідів». URL: <https://uaguides.com/>

18. Громадська спілка «Асоціація сприяння розвитку гастрономічного та винного туризму в Україні». URL: <https://foodtravel.com.ua/>

19. Спілка сільського зеленого туризму України. URL: <https://www.greentour.com.ua/history>

20. Українська асоціація медичного туризму. URL: <https://uamt.com.ua/UA/>

21. Львівська асоціація розвитку туризму. URL: <http://lart.lviv.ua/>

22. Туристична асоціація Івано-Франківщини. URL: <https://taif.org.ua/>

23. Громадська організація «Туристична асоціація Тернопілля». URL: <https://www.facebook.com/tatterno/>

24. Недержавна туристична організація у Великій Британії (АВТА – The Travel Association). URL: <https://www.abta.com/>

25. Американське товариство туристичних агентств (American Society of Travel Agents, ASTA). URL: <https://www.asta.org/>

26. Німецька асоціація туризму (DTV-Deutscher Tourismusverband). URL: <https://www.deutschertourismusverband.de/>

27. Японська асоціація туристичних агентств (JTA). URL:  
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/en/about/index.html>

28. Асоціація турецьких туристичних агентств «TÜRSAB». URL:  
<https://www.tursab.org.tr/>

Силабус освітнього компонента розглянутий та схвалений  
на засіданні кафедри туризму, рекреації та краєзнавства

Протокол №1 від 25 серпня 2025 року

В.о. завідувача кафедри



Оксана КРУПА

Погоджено навчально-методичною комісією  
спеціальності Туризм і рекреація

Протокол № 1 від 27 серпня 2025 року

Голова НМКС



Оксана КРУПА

Затверджено рішенням навчально-методичної  
ради факультету землепорядкування та  
інфраструктурного розвитку

Протокол №1 від 28 серпня 2025 року

Голова НМРФ



Павло КОЛОДІЙ