

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
ФАКУЛЬТЕТ ЗЕМЛЕВПОРЯДКУВАННЯ ТА ТУРИЗМУ
КАФЕДРА ТУРИЗМУ**



СИЛАБУС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

«ІМІДЖЕОЛОГІЯ І 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

Компонент освітньо-професійної програми – вибірковий, професійний.

Дні занять – відповідно до розкладу занять у ЛНУП.

Консультації – онлайн і офлайн відповідно до графіку консультацій кафедри.

Мова викладання – українська.

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА:



Мальська Марта Пилипівна, доктор економічних наук, професор кафедри туризму.

Контактна інформація:

Адреса: 80381, вул. Студентська, 2, м. Дубляни, Львівський район, Львівська область, кім. 45з.

e-mail: Marta.Malska@lnup.edu.ua

Телефони: робочий +38 (032) 224-29-79;

мобільний +38-067-722-37-23.

Читає курси: Економіка міжнародного туризму, Управління якістю та безпекою в туризмі.

.Наукові інтереси: теоретико-методологічні засади формування просторової системи послуг; практичні основи просторового розвитку систем послуг, підходи до управління ними в контексті нової парадигми регіонального розвитку; проблеми соціальної географії та сфери послуг, географії та організації туризму, дослідження вітчизняного ринку туристичних послуг; маркетинг-менеджмент туристичних підприємств у ринковому середовищі.

Анотація освітнього компонента. Освітній компонент “Іміджеологія і PR у туризмі” спрямована на формування цілісного уявлення про особливості управління піар-процесами у галузі туризму та шляхи залучення нових клієнтів; формування позитивного іміджу та вдалої піар-компанії, яка сприяє розвитку туристичної фірми, виступаючи як основа правильної маркетингової політики, створення якісного туристичного продукту, оптимізації роботи туристичної компанії.

Освітній компонент “Іміджеологія і PR у туризмі” є вибіркоким і належить до циклу професійної підготовки за освітньою програмою “Туризм і рекреація” спеціальності 242 Туризм і рекреація галузі знань 24 Сфера обслуговування, який викладається в обсязі 3 кредитів. Підсумковий контроль – залік.

Метою освітнього компонента є надання майбутнім фахівцям комплексу знань про особливості провадження PR-роботи та ресурсів туристичної компанії щодо можливості їх використання в туристичній діяльності.

Завдання освітнього компонента:

- ознайомити здобувачів вищої освіти з роллю й місцем PR-роботи в системі економічних наук та розвитку туристичного бізнесу;
- визначити специфіку формування іміджу та PR-повідомлень туристичної фірми, а саме: термінологію, поняття, визначення, що використовуються у маркетингових та PR-дослідженнях;
- визначити місце PR-підрозділів у структурі організації;
- ознайомити з проблемами використання, формування та розповсюдження засобів PR;
- охарактеризувати методи PR-роботи у туризмі, формування іміджу компанії;

– визначити тенденції та перспективи розвитку PR-комунікацій в індустрії 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.

Освітній контент

№	Теми	Результати навчання
1	Тема 1. Структура та змістове наповнення PR .	<p>Знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ поняття піару, визначення та їх сутність; історію появи та розвитку PR у світі. Етапи формування та розвитку сучасного піару у Західній Європі та США; ✓ публісیتی, реклама і PR; відмінності PR від пропаганди та реклами; ✓ брендинг і PR: поняття бренду, брендингу та їх використання у піар-діяльності підприємств сфери послуг; ✓ імідж та іміджеологія: теоретичні аспекти управління; ✓ принципи і функції PR; ✓ професії у діяльності Public Relations; ✓ поняття громадськості та громадської думки та їхня роль у сфері PR; ✓ закони громадської думки Хадлі Кентріла. <p>Вміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ визначати цільові групи громадськості для роботи у сфері PR; ✓ досліджувати зв'язки із громадськістю, застосовуючи методи, підходи; ✓ досліджувати діяльність служби по зв'язках з громадськістю у туризмі та сфері послуг; ✓ визначати основні напрямки діяльності PR-служби; ✓ формувати PR-звернення та створення PR-подій. <p>володіти:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ особливостями впливу різних держав на формування піару в Україні; ✓ історичними етапами формування піар-технологій в світі; ✓ факторами виникнення та формами піар-технологій; ✓ аналізом видових відмінностей піару.
2	Тема 2. Імідж, брендинг, та PR.	
3	Тема 3. Практичні аспекти провадження PR-діяльності.	
4	Тема 4. Громадськість у сфері PR..	
5	Тема 5. Бенчмаркінг у зв'язках з громадськістю	
6	Тема 6. Ораторська майстерність та вміння переконувати	
7	Тема 7. Структура персонального іміджу.	
8	Тема 8. Імідж лідера та фірми.	

Формування програмних 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:

К08. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій

К12. Навички міжособистісної взаємодії.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

К27. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації.

Програмні результати навчання:

ПР09. Організувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.

ПР10. Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна).

ПР12. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг.

Перелік соціальних, універсальних, “м'яких” навичок (soft skills)

1. допитливість – відбувається під час засвоєння теоретичного матеріалу та здійснення самостійної роботи з метою розширення знань з освітнього компонента;

2. наполегливість – проявляється під час виконання практичних робіт та індивідуальних завдань;

3. уміння працювати в команді - вміння слухати і поєднувати власні амбіції із колективною справою, вміння переконувати і знаходити компроміс, застосовується під час дискусійних обговорень, в ділових іграх, при опрацюванні практичних кейсів;

4. креативність, критичне мислення – вміння знаходити нестандартні нові рішення знайомих ситуацій, розуміння, аналіз, пошук вирішення актуальних проблем у розрізі освітнього компонента та висвітлення результатів під час занять, участь в конференціях і круглих столах, наукові публікації;

5. робота з інформацією – вміння збирати, аналізувати й оцінювати нову інформацію, задавати потрібні питання; орієнтуватися у широкому інформаційному полі сучасного світу.

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 і рекреації, державних та приватних туристичних підприємств, туристичних кластерів, операторів, національних парків, підприємств готельно-ресторанного бізнесу, за участю яких проводяться так звані гостьові та виїзні заняття.

Остаточна оцінка розраховується наступним чином:

Види оцінювання	Кількість балів
Тема 1. Структура та змістове наповнення PR	12
Тема 2. Імідж, брендинг, та PR.	13
Тема 3. Практичні аспекти провадження PR-діяльності.	12
Тема 4. Громадськість у сфері PR.	13
Тема 5. Бенчмаркінг у зв'язках з громадськістю	12
Тема 6. Ораторська майстерність та вміння переконувати	13
Тема 7. Структура персонального іміджу.	12
Тема 8. Імідж лідера та фірми.	13
Разом	100 балів

Підсумкова оцінка з освітнього компонента “Іміджеологія і PR у туризмі” виставляється за 100- бальною шкалою з наступним переведенням у національну шкалу та шкалу ЄКТС відповідно до **Положення про критерії оцінювання знань та вмінь студентів Львівського національного університету природокористування.**

Порядок переведення оцінок у систему ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 - 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
75-81	C		
64-74	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно	не зараховано
0-34	F		

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, проміжний контроль та залік.

Академічна політика освітнього компонента.

Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в онлайнформаті за погодженням із деканом і лектором. Усі види робіт з освітнього компонента необхідно виконати і захистити у вказані терміни. Організація та проведення навчального процесу в університеті регулюється **Положенням про організацію освітнього процесу у Львівському національному університеті природокористування.**

Здобувачі, які пропустили заняття з поважної причини, відпрацьовують їх у додатковий час згідно графіка консультацій викладача. Роботи, які здаються і захищаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75% від можливої максимальної кількості балів). Перескладання проміжних модулів відбувається за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний). Процедура відпрацювання пропущених занять регулюється **Положенням про порядок відпрацювання студентами Львівського національного університету природокористування пропущених лекційних, практичних, лабораторних та семінарських занять.**

Жодні форми порушення академічної доброчесності не допускаються. Здобувачам варто бути толерантними, поважати чужу думку. Заперечення необхідно формулювати в коректній формі. Не допускаються підказування і списування під час здачі самостійних робіт і проміжного контролю, копіювання вирішених завдань іншими особами. Мобільні пристрої під час проведення аудиторних занять дозволяється використовувати лише з дозволу викладача. Політика щодо академічної доброчесності побудована на основі **Положення про академічну доброчесність у Львівському національному університеті природокористування.**

Пріоритетними у діяльності ЛНУП є заходи щодо запобігання, виявлення та усунення або мінімізації корупційних ризиків, які встановлює **Антикорупційна програма Львівського національного університету природокористування.**

Плагіат та інші форми нечесної роботи неприпустимі. В університеті діє чітка процедура антиплагіатної перевірки, що регулюється **Положенням про систему виявлення та запобігання академічному плагіату у Львівському**

національному університеті природокористування за допомогою антиплагіатної інтернет системи (програмно-обчислювального комплексу) StrikePlagiarism.

Епідемія коронавірусу та російсько-українська війна стали випробуванням для освіти, тому під час навчання активно проводиться дистанційне навчання з використанням різноманітних платформ для виготовлення цифрового навчального контенту та онлайн взаємодії. Зокрема: Платформа Moodle, Платформа Google Zoom, Viber. Політика щодо умов організації освітнього процесу в умовах пандемії регулюється **Тимчасовим положенням про організацію освітнього процесу в умовах пандемії, зумовленої COVID-19 у Львівському національному університеті природокористування.**

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Основний

1. Мальська М., Паньків Н. Іміджеологія і PR у туризмі : підручник Київ: Видавництво «Каравела», 2023. 246 с.
2. Паньків Н. Іміджеологія та PR в туризмі: навчально-методичний посібник Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2017. 120с.

Додатковий

1. Барна Н. В. Іміджеологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика. К.: Університет «Україна», 2008. 217 с.
2. Болотова В.О. Іміджеологія: текст лекцій для студентів спеціальностей 054 «Соціологія», 061«Журналістика» / В. О. Болотова, Н. О. Ляшенко, К. А. Агаларова Харків : НТУ «ХП», 2021. 150с.
3. Бондаренко І. С. Іміджологія: Психологія іміджу: Навч.-метод. посібн. для студ. освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Реклама і зв'язки з громадськістю». Запоріжжя: ЗНУ, 2014. 122 с.
4. Бондаренко І. С. Іміджологія: Імідж особистості: Навч.-метод. посібн. для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Реклама і зв'язки з громадськістю». Запоріжжя: ЗНУ, 2014. 162 с.
5. Бондаренко І. С. Іміджологія у системі гуманітарних знань: культурноосвітні стратегії. - Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2016. 320 с.
6. Бугрим В. В. Іміджологія. Іміджмейкінг: навчальний посібник. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. 250 с.
7. Палеха Ю. І. Іміджологія : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К. : Вид-во Європейського ун-ту, 2005. 324 с.
8. Приходченко ЯВ. Іміджологія: конспект лекцій Донецьк: Донецький національний університет економіки і торгівлі, 2011. 49 с.
9. Хавкіна Л. М. Іміджологія: навчально-методичний посібник Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. 64 с.
10. Буторіна В. Б. Іміджеологія і PR підприємств туристичної галузі : навч.-метод. посіб. Кам'янець-Подільський : ПП «Медобори-2006», 2015. 112 с.