



Силабус навчальної дисципліни «Іміджеологія та PR у туризмі»

Спеціальність	Для спеціальностей Навчально-наукового інституту фінансів, економіки, управління та права
Освітня програма	Для освітніх програм Навчально-наукового інституту фінансів, економіки, управління та права
Освітній рівень	Перший (бакалаврський)
Статус дисципліни	Вибіркова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	4 курс, 7-8 семестри
Кількість кредитів ЄКТС	4
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 20 год.
	Семінарські – 20 год.
	Самостійна робота – 80 год.
Форма підсумкового контролю	Диференційований залік
Кафедра	Кафедра менеджменту і логістики (аудиторія 323Ф) https://nupp.edu.ua/page/kafedra-menedzhmentu-i-logistiki.html
Викладач	Карпенко Юрій Вікторович, к.е.н., доцент
Контактна інформація викладача (-ів)	9410020@gmail.com
Дні занять	За розкладом, відповідно до графіку навчального процесу
Консультації	Відповідно до графіку (аудиторія 323 Ф)
Мета навчальної дисципліни – формування системи теоретичних знань та прикладних вмінь і навичок про імідж як явище, іміджмейкерство та його особливості, психологічні властивості іміджу, технології управління особистісним іміджем, методи створення ефективного імідж-образу туристичної організації чи продукту з урахуванням об'єктивних передумов і чинників впливу.	
Програмні результати навчання Знати: теоретико-методологічні засади іміджілогії; методи, засоби, технологічні процедури і форми впливу на особистість, установу, групи; основні аспекти використання існуючих знакових систем у створенні іміджу послуг і організацій у туризмі; цикл створення, збереження і використання іміджу. Вміти: виокремлювати бажані риси і характер поведінки об'єкту суспільстві, державі, установі, групі; розробляти стратегії іміджевих кампаній; створювати іміджеву продукцію для поширення ЗМІ та іншими каналами комунікації; формувати знання про імідж, його види, ознаки і властивості, проводити аналіз процесів іміджування особистості, установи, держави тощо; розробляти фірмовий стиль туристичного підприємства; готувати і проводити само презентації, корпоративні презентації.	
Передумови для навчання Попередньо опановані дисципліни першого (бакалаврського) рівня вищої освіти	
Індивідуальне завдання	Не передбачено планом.
Зміст навчальної дисципліни Тема 1. Іміджеологія як наука. Типи іміджу. Інструментальні засоби. Тема 2. Об'єкти і методи формування іміджу в туристичній сфері. Тема 3. Загальні поняття і цілі формування фірмового стилю туристичної організації. Тема 4. Визначення і завдання публік рилейшнз. Пабліситі. Тема 5. Практичні рекомендації щодо зв'язків із громадськістю в туристичній сфері. Тема 6. Етичні аспекти формування образу туристичної організації та туристичної послуги. Тема 7. Вплив сучасних інформаційних технологій на формування образів у туристичній сфері.	



Рекомендована література

1. Мальська М., Паньків Н. Іміджеологія і PR у туризмі: підручник. К.: Каравела, 2023. 246 с.
2. Калениченко Р. А., Телебенева Є. О. Іміджеологія: навч. посібник. К.: ЦП Компрінт, 2023. 131 с.
3. Повалій Т. Л., Бойко О. П., Котенко О. О. Іміджеологія та брендинг у соціокультурній діяльності: навчальний посібник.. Суми: Сумський державний університет, 2024. 257 с.
4. Буторіна В.Б., Марусей Т.В. PR та бізнес-комунікації підприємств туризму і гостинності. Кам'янець-Подільський: Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2025. 153 с.
5. Богдан Н. М., Концелідзе А. А. Управління туристським іміджем як чинником конкурентоспроможності регіону. Економічний простір. 2020. Вип. 160. С. 91-95. URL: <https://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/662>
6. Буторіна В. Б. Механізм використання інструментарію психологічного впливу реклами на споживача. Причорноморські економічні студії: науковий журнал. 2020. Вип. 54. С. 85-91.
7. Лищенко М. О., Макаренко Н. О., Макарова В. В., Муштай В. А. Маркетингове дослідження ринку туристичних послуг: монографія. Суми: Університетська книга, 2023. 124 с.
8. Муштай В. А., Лищенко М. О., Макаренко Н. О., Макарова В. В. Маркетинг відносин в межах концепції сталого розвитку та глобальної діджиталізації туристичної галузі. Modern Economics. 2023. № 38. С. 99-105. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/issue/38-2023/mushtai.pdf>
9. Оболенцева Л. В. Формування туристичного іміджу міста як стратегічний напрям розвитку маркетингу території. Бізнес Інформ. 2020. № 12. С. 157-164. URL: https://www.business-inform.net/article/?year=2020&abstract=2020_12_0_157_164
10. Примак Т. Ю., Павленко М. Л., Сутнісний підхід до формування іміджу туристичної дестинації. Ефективна економіка. 2022. Вип. 2. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2022/72.pdf
11. Римар С. Т., Голод А. П. Проблеми формування туристичного іміджу України в умовах виходу із кризи. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2023. №8. URL: https://reicst.com.ua/pmt/issue/view/issue_8_2023
12. Тарасюк М. В., Миханів В. В. Технологічні аспекти формування іміджу туристичної організації. Ефективна економіка. 2021. Вип. 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9553>
13. Fiscal-Arjona M. Travel and Tourism Public Relations. Oakville: Society Publishing. 2020. 268 p. URL: <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi68/0049803.pdf>

Система оцінювання результатів навчання

За результатами поточного контролю протягом семестру студент може отримати максимально 70 балів, за результатами підсумкового контролю 30 балів. Студент, який повністю виконав програму навчальної дисципліни і отримав достатню рейтингову оцінку (не менше 35 балів), допускається до підсумкового контролю з дисципліни.

Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в робочій програмі навчальної дисципліни

Накопичування балів з навчальної дисципліни

Види навчальної роботи	Мах кількість балів
Робота на заняттях та виконання завдань	70
Диференційований залік	30
Максимальна кількість балів	100

Відповідність шкали оцінювання ЄКТС

національній системі оцінювання та шкалі оцінювання

Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90 - 100	A	відмінно
82 - 89	B	добре



74 - 81	C	задовільно
64 - 73	D	
60 - 63	E	
35 - 59	FX	незадовільно
1 - 34	F	

Політика навчальної дисципліни

Вивчення навчальної дисципліни потребує роботи з інформаційними джерелами, підготовки до лекцій і практичних занять, виконання усіх завдань згідно з навчальним планом.

Підготовка до практичних занять передбачає: ознайомлення з питаннями, які виносяться на заняття з відповідної теми; вивчення лекційного матеріалу. Розв'язання практичних завдань повинно демонструвати ознаки самостійності виконання здобувачем такої роботи, відсутність ознак повторюваності та плагіату.

Присутність здобувачів вищої освіти на практичних і лекційних заняттях є обов'язковою, важливою також є їх участь в обговоренні всіх питань теми. Пропущені заняття мають бути відпрацьовані. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, з повагою ставитися до інших учасників процесу навчання, дотримуватися дисципліни й часових (строкових) параметрів навчального процесу.

Силабус затверджено на засіданні кафедри менеджменту і логістики 27 січня 2025 р.
Протокол № 18