

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**

Факультет туризму

Кафедра готельно-ресторанної та курортної справи

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Брендування курортів**

Рівень вищої освіти: другий (магістерський)

Освітня програма: Курортна справа  
Спеціальність: 241 «Готельно-ресторанна справа»  
Галузь знань: 24 «Сфера обслуговування»

Затверджено на засіданні кафедри  
Протокол №7 від 15.01.2024р.

м. Івано-Франківськ – 2024

## 1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Брендування курортів
Викладач (-і)	Мендела Ірина Ярославівна
Контактний телефон викладача	0665201636
E-mail викладача	iruna.mendela@pnu.edu.ua
Формат дисципліни	очний/заочний
Обсяг дисципліни	3 кредити ЄКТС, 90 год.
Посилання на сайт дистанційного навчання	<a href="https://d-learn.pnu.edu.ua/">https://d-learn.pnu.edu.ua/</a>
Консультації	Згідно з графіком консультацій

## 2. Анотація до навчальної дисципліни

Дисципліна «Брендування курортів» є вибірковою дисципліною циклу дисциплін вільного вибору студентів і націлена на ознайомлення студентів з принципами застосовування на практиці методів дослідження брендів, брендингу та їх впливу на успіх продукту, методів аналізу бізнес-комунікацій у сфері готельно-ресторанного та туристичного бізнесу. Зміст курсу передбачає ознайомлення здобувачів із особливостями використання брендингу в управлінні маркетинговою активністю; створення бренда та оцінка його потенціалу; позиціонування та перепозиціонування бренда; просування бренда в соціальних мережах.

## 3. Мета та цілі навчальної дисципліни

**Мета курсу:** забезпечення необхідними знаннями щодо процесу формування бренду підприємствами готельно-ресторанної і курортної сфери за підтримки маркетингових заходів, розроблених з планом просування або підтримки бренду.

**Цілі курсу:** використовуючи маркетингові прийоми, створювати бренд або просувати наявний бренд на ринку готельно-ресторанних і курортних послуг.

## 4. Програмні компетентності та результати навчання

### Компетентності:

ЗК1. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

ЗК4. Здатність працювати в команді.

ЗК5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК7. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК8. Здатність працювати в міжнародному контексті.

СК 4. Здатність створювати і впроваджувати продуктові, сервісні, організаційні, соціальні, управлінські, інфраструктурні, маркетингові інновації у господарську діяльність суб'єктів готельного, ресторанного та курортного бізнесу.

СК6. Здатність координувати та регулювати взаємовідносини з партнерами та споживачами.

СК 10. Здатність застосовувати принципи соціальної відповідальності в діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

### Програмні результати:

ПРН 1. Розробляти і приймати ефективні рішення з питань розвитку суб'єктів готельного, ресторанного та курортного бізнесу, враховуючи цілі, ресурси, обмеження та ризики, забезпечувати їх реалізацію, аналізувати і порівнювати альтернативи, оцінювати ризики та імовірні наслідки їх впливу.

## 5. Організація навчання

### Обсяг навчальної дисципліни

Вид заняття	Загальна кількість
лекції	16 годин
семінарські	14 годин
самостійна робота	60 годин

### Ознаки навчальної дисципліни

Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
	241 «Готельно-ресторанна справа»		Вибірковий
Тематика навчальної дисципліни			
Тема	кількість год.		
	лекції	заняття	сам.роб.
Тема 1. Суть та розвиток брендування	2	2	8
Тема 2. Вплив бренду та лояльності до нього на розвиток курортів	2	1	8
Тема 3. Управління портфелем брендів	2	1	8
Тема 4. Методика і практика розробки бренду	2	2	8
Тема 5. Технології брендингу	2	2	8
Тема 6. Розробка брендбуку курорту	2	2	8
Тема 7. Брендування курортного бізнесу	2	2	6
Тема 8. Оцінювання ефективності брендингу	2	2	6
Заг:	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>60</b>
<b>6. Система оцінювання навчальної дисципліни</b>			
Загальна система оцінювання курсу	Оцінювання здійснюється за національною та ECTS шкалою на основі 100-бальної системи. (п. 8.3. Види контролю «Положення про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника» (Наказ ректора № 417 від 03.07.2023 р.). Загальні 100 балів включають: 35 балів – поточний контроль (семінарські заняття), 40 балів – тестовий контроль, 25 балів – контроль за самостійною роботою		
Вимоги до письмових робіт	Робота виконується на певну тему обсягом не більше 2 сторінок і з вказанням використаних джерел		
Семінарські заняття	Оцінюються у стобальній шкалі		
Умови допуску до підсумкового контролю	Здобувач освіти вважається допущеним до семестрового контролю з дисципліни, якщо він виконав усі види робіт		
Підсумкова залікова оцінка	Розраховується та виставляється викладачем і оголошуються здобувачам вищої освіти на останньому семінарському занятті як сума зданих залікових змістових модулів, виконаних тестових завдань, самостійної роботи та результатів неформальної освіти		
<b>7. Політика курсу</b>			
Письмові роботи	Робота виконана на певну тему обсягом не більше 2 сторінок, оцінюється у стобальній шкалі		
Академічна доброчесність	Атмосферу довіри, взаєморозуміння, взаємоповаги потрібно будувати щоденно. Політика ректорату спрямована на академічну доброчесність, прозорість та законність діяльності. Задля цього розроблено та впроваджено «Положення про запобігання академічному плагіату та іншим порушенням академічної доброчесності у навчальній та науково-дослідній роботі здобувачів освіти Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника», «Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника», «Кодекс честі Прикарпатського національного університету імені Василя		

	<p>Стефаника» і опубліковано їх на сайті. В університеті академічна доброчесність передбачається за замовчуванням. Це означає, що всі здані роботи є результатом вашої розумової праці та творчості. Якщо ви подали роботу когось іншого, повністю або частково, без належного цитування, завдання буде оцінене в 0 балів (без права перездачі).</p>
Відвідування занять	<p>Усі студенти, незалежно від форми навчання, зобов'язані відвідувати аудиторні заняття і проходити всі форми поточного та підсумкового контролю.</p> <p>Відпрацювання пропущених занять відбувається у перший день за графіком консультацій викладача з навчальної дисципліни, за винятком поважної причини у студента (документальне підтвердження) згідно «Порядку організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника (п.4)».</p> <p>Додаткові бали виставляються під час семінарських занять за участь у Kahoot, участь у конференції з відповідною тематикою, роботі студентських наукових гуртків чи участь в олімпіадах, конкурсах тощо відповідно до «Порядку організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника».</p>
Неформальна освіта	<p>Є можливість отримати додаткові бали (100 балів за пройдений курс), пройшовши онлайн-курси на платформах Prometheus, Coursera, ВУМ online та інші (наприклад, «Твій перший стартап» і/або «Бренд-айдентика»), які мають узгоджуватися попередньо з викладачем відповідно до «Положення про визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної освіти, в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника».</p>

#### **8. Рекомендована література**

1. Мендела І.Я. Навчально-методичний посібник «Брендування курортів» (для студентів РВО «магістр» спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» (освітньо-професійна програма «Курортна справа»). Івано-Франківськ, 2023. 60 с.
2. Мендела І.Я. Практикум з дисципліни «Брендування курортів»: ситуаційні вправи та задачі. Івано-Франківськ: Територія друку, 2023. 56 с.
3. Мілліган Е., Бейлі С. Міфи про брендинг. Харків: Фабула, 2020. 256 с.
4. Муті І. Брендінг за 60 хвилин. Харків: Фабула, 2019. 256 с.
5. Ославський Б. 10 успішних українських брендів. Брустурів: Дискурсус, 2019. 192с.
6. Роулз Д. Цифровий брендинг. Київ, 2020. 256 с.
7. Шарп Б. Як зростають бренди. Чого не знають маркетологи. Пер. з англ. Наталія Валецька. 2-ге вид. К.: Наш формат, 2020. 240с.
8. Брендінг. URL: <https://sites.google.com/site/brendingsoccult/>
9. Кейс-стаді «Брендінг і маркетинг територій». URL: <http://surl.li/jtnxf>
10. Наукова бібліотека ПНУ. URL: <http://lib.pnu.edu.ua/>
11. Розробка логотипу та брендування для соціальних мереж. URL: <http://surl.li/otweg>
12. Що таке бренд і брендинг? URL: <http://surl.li/otwei>

**Викладач**

**доцент кафедри  
готельно-ресторанної та курортної справи  
І.Я.Мендела**