

**Державний вищий навчальний заклад
«Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»**

Кафедра готельно-ресторанної та курортної справи

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор _____

« ____ » _____ 2021 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Брендування курортів»

спеціальність: 241 «готельно-ресторанна справа»

освітньо-професійна програма: «Курортна справа»

інститут, факультет: факультет туризму

Івано-Франківськ – 2021 рік

Робоча програма навчальної дисципліни «Брендування курортів» для студентів спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа», освітньо-професійна програма «Курортна справа». 2021 р. 9 с.

Розробник:

Мендела Ірина Ярославівна, кандидат економічних наук, доцент.

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри готельно-ресторанної та курортної справи

Протокол від « » травня 2021 р., №

Завідувач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи Клапчук В.М.
« » _____ 20__ р.

Схвалено Науково-методичною радою факультету туризму.

Протокол від « » _____ 20__ р., № _____

Голова

Чорна Л.В.

« » _____ 20__ р.

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3,0	Галузь знань: 24 «Сфера обслуговування»	вибіркова	
Модулів – 1	Спеціальність: 241 «Готельно-ресторанна справа» (Освітньо-професійна програма «Курортна справа»)	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2		1-й	
Індивідуальне науково-дослідне завдання – <u>Роль бренду у курортній діяльності</u>			
Загальна кількість годин – 90		Семестр	
Тижневих годин для денної форми навчання: 2 аудиторних – 30 самостійної роботи студента – 60	Рівень вищої освіти: <u>магістр</u>	Лекції	
		16 год.	
		Практичні, семінарські	
		14 год.	
		Лабораторні	
		0 год.	
		Самостійна робота	
		60 год.	
Індивідуальні завдання:			
Вид контролю: <u>залік</u>			

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання – 1/2

для заочної форми навчання –

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

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

Завдання: вивчення сутності брендування курортів, використовуючи маркетингові прийоми, створювати бренд або просувати наявний бренд на ринку готельно-ресторанних і курортних послуг.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

знати:

- історію виникнення бренду;
- основи брендування;
- завдання брендингу;
- про розширення бренду;
- про розтягування бренду;
- процес створення суббренду;
- особливості марочного сімейства;
- складники брендингу;
- завдання бренд-менеджера на підприємстві;
- вплив бренду на розвиток курортів;
- особливості управління портфелем брендів;
- концепцію просування бренду;
- основи розробки брендбуку.

вміти:

- зрозуміти ідею і цінності продукту;
- здійснювати брендинг;
- здійснювати брендинг для соціальних мереж;
- займатися ребрендингом;
- організувати рестайлінг;
- розробляти брендбук курорту;
- підібрати фірмовий стиль та колірну гаму для брендування;
- підібрати ілюстрації в фірмовому стилі і фірмові персонажі;
- розробити слоган;
- розробити логотип;
- оцінювати ефективність брендингу.

3. Програма навчальної дисципліни

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. СУТНІСТЬ БРЕНДУВАННЯ КУРОРТІВ.

Тема 1. Суть та розвиток брендування. Теорія еволюції брендингу. Теорії для побудови бренду. Сутність бренд-коду. Основні види брендів. 4D Брендинг.

Тема 2. Вплив бренду та іміджу на розвиток курортів. Реалізація брендування курорту. Розробка маркетингової стратегії. Бренд як фактор формування іміджу курорта. Помилки при просуванні бренду.

Тема 3. Управління портфелем брендів. Підходи до управління брендами. Стратегічний розвиток портфеля брендів. Структура портфеля брендів. Аналіз стратегічних можливостей брендів.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. РОЗРОБКА БРЕНДУ КУРОРТУ.

Тема 1. Методика і практика розробки бренду. Процес створення бренду. Розроблення імені та візуалізація бренду. Значення кольорів і символів у створенні бренду. Особливості застосування концепції брендингу на ринку курортних послуг.

Тема 2. Технології брендингу. Сутність технологічного підходу у брендингу. Технологічні рішення в реалізації брендингу. Особливості формування персонального бренду.

Тема 3. Розробка брендбуку курорту. Опис концепції просування бренду. Стандарти брендування. Розробка брендбуку. Складові айдентики.

Тема 4. Брендування курортного бізнесу. Види брендингу. Значення naming в брендуванні. Розробка логотипу курорту. Підтримка лояльності до бренду. Ребрендинг і рестайлінг.

Тема 5. Оцінювання ефективності брендингу. Сутність ефективності брендингу. Підходи до оцінки ефективності брендингу. Аналіз брендингу в динаміці його розвитку.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с.р.		л	п	лаб.	інд.	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1												
Змістовий модуль 1. Сутність брендування курортів												
Тема 1. Суть та розвиток брендування	10	2	2	0	0	6						
Тема 2. Вплив бренду та іміджу на розвиток курортів	12	2	2	0	0	8						
Тема 3. Управління портфелем брендів	10	2	2	0	0	6						
Разом за змістовим модулем 1	32	6	6	0	0	20						
Змістовий модуль 2. Розробка бренду курорту												
Тема 1. Методика і практика розробки бренду	11	2	1	0	0	8						
Тема 2. Технології брендингу	11	2	1	0	0	8						
Тема 3. Розробка брендбуку курорту	12	2	2	0	0	8						
Тема 4. Брендування курортного бізнесу	12	2	2	0	0	8						
Тема 5. Оцінювання ефективності брендингу	12	2	2	0	0	8						
Разом за змістовим модулем 2	58	10	8	0	0	40						
Модуль 2												
ІНДЗ	0	0	0	0	0	0						
Усього годин	90	16	14	0	0	60						

5. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Суть та розвиток брендування	2
2	Вплив бренду та іміджу на розвиток курортів	2
3	Управління портфелем брендів	2
4	Методика і практика розробки бренду. Технології	2

	бренду	
5	Розробка брендбуку курорту	2
6	Брендування курортного бізнесу	2
7	Оцінювання ефективності брендингу	2
Всього:		14

6. Теми практичних занять (не передбачені)

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1		

7. Теми лабораторних занять (не передбачені)

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1		

8. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Присутність анти-бренду в діяльності курортного підприємства	6
2	Оцінка вартості бренду курорту	8
3	Бренд-комунікації: головні тренди	6
4	Сутність туристичного брендингу	8
5	Формування позитивного іміджу бренду	8
6	Особливості створення бренду курорту	8
7	Моделі брендингу	8
8	Курортний кобрендинг	8
Всього:		60

9. Індивідуальні завдання

1. Особливості неймінгу в брендингу курортів.
2. Створення логотипу і фірмового стилю в брендуванні курортів.
3. Створення вербальної складової бренду курорту.
4. Особливості розробки брендбуку для курортів.
5. Цілі та завдання брендингу курортів.
6. Канібалізм в портфелі брендів підприємства.
7. Особливості ребрендингу курорту.
8. Основні принципи рестайлінгу курортного підприємства.
9. Роль цінності бренду.
10. Етапи побудови бренд-стратегії.

11. Позиціонування бренду.
12. Актуальність брендингу в курортній справі.
13. Практика бренд-менеджмента.
14. Типологія брендів.
15. Архітектура бренда.

10. Методи навчання

Форми та методи навчання: лекція, бесіда, дискусія, проблемний виклад навчального матеріалу, евристичний метод, дослідницький метод, метод проектів, практичні методи (вправи).

11. Методи контролю

- 1) усне опитування на семінарських заняттях;
- 2) письмові контрольні роботи;
- 3) індивідуальні завдання;
- 4) тестування.

12. Розподіл балів, які отримують студенти

Змістовий модуль 1, 2							Тестування	Тестування	Сам.робота	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	№1	№2		
5	5	5	5	5	5	5	20	20	25	100

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
80 – 89	B	добре	
70 – 79	C		
60 – 69	D	задовільно	
50 – 59	E		
26 – 49	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-25	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

13. Методичне забезпечення

1. Балабанова Л. В., Приходченко Я.В. Бренд-менеджмент підприємств в умовах маркетингової орієнтації : монографія. Донецьк : ДонНУЕТ, 2010. 200 с.

14. Рекомендована література

1. Мороз О. В., Пашенко О.В. Теорія сучасного брендингу: монографія. Вінниця: УНІВЕРСУМ:Вінниця, 2003. 104 с.
2. Мілліган Е., Бейлі С. Міфи про брендинг. Харків: Фабула, 2020. 256 с.
3. Муті І. Брендинг за 60 хвилин. Харків: Фабула, 2019. 256 с.
4. Роулз Д. Цифровий брендинг. Київ, 2020. 256 с.
5. Шульгіна Л.М., Лео М.В. Брендинг: теорія та практика (на прикладі об'єктів комерційної нерухомості) : монографія; Нац. техн. ун-т України «КПІ», Київ. нац. торг.-екон. ун-т, Європейський ун-т. Київ-Тернопіль : Астон, 2011. 266 с.

15. Інформаційні ресурси

1. Брендинг [Електронний ресурс]. URL: <https://sites.google.com/site/brendingsoccult/> (дата звернення: 15.04.2021).
2. Що таке бренд і брендинг? [Електронний ресурс]. – URL: <https://ideadigital.agency/shho-take-brend-ta-brending/> (дата звернення: 15.04.2021).

Примітки:

1. Робоча програма навчальної дисципліни є нормативним документом вищого навчального закладу і містить виклад конкретного змісту навчальної дисципліни, послідовність, організаційні форми її вивчення та їх обсяг, визначає форми та засоби поточного і підсумкового контролю.
2. Розробляється лектором. Робоча програма навчальної дисципліни розглядається на засіданні кафедри, у методичній комісії факультету, інституту, підписується завідувачем кафедри, головою методичної комісії і затверджується проректором з науково-педагогічної роботи.