

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



Факультет туризму

Кафедра готельно-ресторанної та курортної справи

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Брендування курортів**

Освітньо-професійна програма «Курортна справа»

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»

Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

Затверджено на засіданні  
кафедри  
Протокол № \_\_\_\_ від 25.05.2021р.

м. Івано-Франківськ – 2021

## ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Опис дисципліни
3. Структура курсу
4. Система оцінювання курсу
5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу
6. Ресурсне забезпечення
7. Контактна інформація
8. Політика навчальної дисципліни

## 1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Брендування курортів
Освітньо-професійна програма	Курортна справа
Спеціалізація	–
Спеціальність	241 «Готельно-ресторанна справа»
Галузь знань	24 «Сфера обслуговування»
Освітній рівень	Магістр
Статус дисципліни	Вибіркова
Курс/семестр	1/2
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 16 год. Семінарські заняття – 14 год. Самостійна робота – 60 год.
Мова викладання	Українська
Посилання на сайт дистанційного навчання	<a href="https://d-learn.pnu.edu.ua/index.php?">https://d-learn.pnu.edu.ua/index.php?</a>

## 2. Опис 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.

**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.

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.

**Програмні результати навчання:**

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.

ПРН 3. Розробляти, впроваджувати та застосовувати сучасні методи оцінювання ефективності впровадження інновацій в готельно-ресторанному та курортному бізнесі.

ПРН 5. Оцінювати нові ринкові можливості, формулювати бізнес-ідеї та розробляти маркетингові заходи з за невизначених умов і вимог, що потребують застосування нових підходів, методів та інструментарію соціально-економічних досліджень.

## 3. Структура курсу

№	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	Суть та розвиток брендування	Знати теорію еволюцію брендингу та теорій для побудови бренду. Розуміти сутність бренд-коду. Знати основні види брендів. Знати про 4D Брендінг.	Питання, тести, практична робота
2.	Вплив бренду та іміджу	Знати як здійснюється реалізація	Питання, тести,

	на розвиток курортів	брендування курорту. Вміти розробити маркетингову стратегію. Знати про бренд як фактор формування іміджу курорта. Знати про помилки при просуванні бренду.	практична робота
3.	Управління портфелем брендів	Знати підходи до управління брендами. Знати про стратегічний розвиток портфеля брендів. Знати про структуру портфеля брендів. Здійснювати аналіз стратегічних можливостей брендів.	Питання, тести, практична робота
4.	Методика і практика розробки бренду	Знати процес створення бренду. Розробляти ім'я та візуалізувати бренд. Розуміти значення кольорів і символів у створенні бренду. Знати особливості застосування концепції брендингу на ринку курортних послуг.	Питання, тести, практична робота
5.	Технології брендингу	Знати сутність технологічного підходу у брендингу. Приймати рішення в реалізації брендингу. Знати особливості формування персонального бренду.	Питання, тести, практична робота
6.	Розробка брендбуку курорту	Описувати концепцію просування бренду. Знати стандарти брендування. Розробляти брендбук. Знати про складові айдентики.	Питання, тести, практична робота
7.	Брендування курортного бізнесу	Знати види брендингу. Розуміти про значення naming в брендуванні. Вміти розробити логотип курорту. Розуміти про підтримку лояльності до бренду. Знати процеси ребрендингу і рестайлінгу.	Питання, тести, практична робота
8.	Оцінювання ефективності брендингу	Знати сутність ефективності брендингу. Розуміти підходи до оцінки ефективності брендингу.	Питання, тести, практична робота

#### 4. Система оцінювання курсу

Види навчальної роботи	Максимальна кількість балів
Лекція	0
Семінарське заняття	35
Самостійна робота	25
Проміжний тестовий контроль	40
<b>Максимальна кількість балів</b>	<b>100</b>

#### 5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу

Види навчальної роботи	Навчальні тижні																	Разом
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
Лекції																		0
Семінарські з-тя		5		5		5		5		5		5		5				35
Самостійна р-та															25			25
Проміжний тестовий контроль							20						20					40
Залік																		
<b>Всього за тиждень</b>		5		5		5	20	5		5		5	20	5	25			100

#### 6. Ресурсне забезпечення

## Матеріально-технічне забезпечення: мультимедіа

### Методична література

1. Курортна справа (самостійна робота студентів) : Навчально-методичний посібник / [Клапчук В.М. та ін.] / [За ред. проф. В.М. Клапчука] / Факультет туризму, ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». Івано-Франківськ : «Фоліант», 2018. 147 с.
2. Клапчук В.М., Мендела І.Я. Курортна справа : організація, територіальне управління, стратегічне планування: Навчально-методичний посібник. Івано-Франківськ : Фоліант, 2018. 278 с.

### Рекомендована література

1. Балабанова Л. В., Приходченко Я.В. Бренд-менеджмент підприємств в умовах маркетингової орієнтації : монографія. Донецьк : ДонНУЕТ, 2010. 200 с.
2. Мороз О. В., Пашенко О.В. Теорія сучасного брендингу: монографія. Вінниця: УНІВЕРСУМ:Вінниця, 2003. 104 с.
3. Мілліган Е., Бейлі С. Міфи про брендинг. Харків: Фабула, 2020. 256 с.
4. Муті І. Брендинг за 60 хвилин. Харків: Фабула, 2019. 256 с.
5. Роулз Д. Цифровий брендинг. Київ, 2020. 256 с.
6. 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.

### Інформаційні ресурси

1. Кейс-стаді «Брендинг і маркетинг територій» [Електронний ресурс]. URL: [http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2019/09/Case\\_Study\\_PLEDDG\\_Regional\\_BrandingMarketing\\_2019.pdf](http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2019/09/Case_Study_PLEDDG_Regional_BrandingMarketing_2019.pdf)
2. Клапчук В.М., Мендела І.Я. Курортна справа : організація, територіальне управління, стратегічне планування: Навчально-методичний посібник. Івано-Франківськ, 2020. 278 с. (Електронне видання).
3. Розробка логотипу та брендування для соціальних мереж [Електронний ресурс]. URL: <https://darlidsmm.com/ua/ru-razrabotka-logotipa-dlja-travel-bridge/>

## 7. Контактна інформація

<b>Кафедра</b>	Готельно-ресторанної та курортної справи, вул.Галицька,2016, ауд.326, URL: <a href="https://kgrks.pnu.edu.ua/">https://kgrks.pnu.edu.ua/</a> , <a href="mailto:kgrks@pnu.edu.ua">kgrks@pnu.edu.ua</a>
<b>Викладач Гостьові лектори</b>	доц. Мендела Ірина Ярославівна Біль Альона, спеціаліст відділу туризму та підприємницької діяльності виконкому Генічеської міської ради Савчук Ольга, учасниця робочої групи з брендування Ворохти
<b>Контактна інформація викладача</b>	<a href="mailto:iruna.mendela@pnu.edu.ua">iruna.mendela@pnu.edu.ua</a>

## 8. Політика навчальної дисципліни

<b>Академічна доброчесність</b>	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 академічного плагіату», «Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності», «Кодекс честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Стефаника» і опубліковано їх на сайті. Викладеними в цих документах принципами (відповідальності, справедливості, академічної свободи,
---------------------------------	---

	<p>взаємоповаги, безпеки і добробуту, законності) та правилами поведінки студентів і працівників університету, які базують на відповідних законах, й керується кафедра готельно-ресторанної та курортної справи у своїй діяльності. В університеті діє «Гаряча лінія» з ректором, «Телефон довіри», більшість вступних іспитів проводиться за комп'ютерно-тестовими технологіями, а іспит за допомогою онлайн-трансляції можна переглядати у реальному часі. Діяльність кафедри, ректорату з питань запобігання та виявлення корупції здійснюється на основі чинного законодавства України. 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 не буде прийняте і буде оцінене в 0 балів (без права перездачі).</p>
<b>Пропуски занять</b>	Відпрацювання пропущених занять відбувається у перший день за графіком консультацій викладача з навчальної дисципліни, за винятком поважної причини у студента (документальне підтвердження).
<b>Виконання завдання пізніше встановленого терміну</b>	Завдання, виконані після зазначеного терміну для виконання, не перевіряються, тобто оцінюються в 0 балів, за винятком поважної причини у студента (документальне підтвердження).
<b>Невідповідна поведінка під час заняття</b>	Вирішується згідно чинного законодавства України, Статуту університету. Під час дистанційного навчання у викладача є прохання щодо ввімкнених відео під час онлайн-конференцій.
<b>Відповідь викладача</b>	Відповідь на роботу, яка надіслана на електронну пошту, студент отримує впродовж 24 годин. Роботи, надіслані у Viber чи Telegram, також отримують відповідь протягом доби. Оцінки дізнатися можна за вимогою за зверненням до викладача (скріншот чи фото).
<b>Додаткові бали</b>	Виставляються під час семінарських занять за участь у Kahoot (переможні місця), участь у конференції з відповідною тематикою чи відповіді на додаткові питання.
<b>Неформальна освіта</b>	Є можливість отримати додаткові 10 балів, пройшовши онлайн-курс «Стратегічне маркетингове управління бізнес- і соціальними проектами» на ВУМ online ( <a href="https://vumonline.ua/">https://vumonline.ua/</a> ). Також є можливість проходити онлайн-курси на платформах Coursera та Prometheus, які мають узгоджуватися попередньо з викладачем.

**Викладач**

**Мендела І.Я.**