

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ УКРАЇНИ

Факультет управління та безпеки населення

Кафедра менеджменту

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Іміджологія та PR-технології

вибіркова

за освітньо-професійною програмою «Туризм»

підготовки бакалавра

у галузі знань 24 «Сфера обслуговування»

за спеціальністю 242 «Туризм»

Рекомендовано кафедрою менеджменту
на 2024-2025 навчальний рік.

Протокол від «02» вересня 2024 року

№ 1

Силабус розроблений відповідно до Робочої програми навчальної дисципліни «Іміджологія та PR-технології»

2024 рік

Загальна інформація про дисципліну

Анотація дисципліни

Навчальна дисципліна «Іміджелогія та PR-технології» посідає важливе місце в системі підготовки фахівців різних спеціальностей та спеціалізацій, передусім гуманітарного та суспільного профілів. Предметом вивчення дисципліни є всі засади та параметри категорії іміджу: історія та основні етапи розвитку; імідж як базова категорія PR; типи, комплексний код і функції (ціннісні й технологічні) іміджу; різновиди з огляду на типи носіїв; особливості побутування іміджу в різних сферах суспільного буття; специфіка внутрішнього й зовнішнього іміджів (компаній і установ, держав і міст); складові іміджу (особистого й колективного); засоби формування й канали транслювання, психологічні процеси сприйняття аудиторією; архетипна основа іміджів. Увага приділяється як наданню здобувачам вищої освіти (далі – здобувачі) – майбутнім фахівцям комплексу знань про особливості провадження PR-роботи та ресурсів організації щодо можливості їх використання у виробничій діяльності для формування іміджу організацій і різноманітних послуг у різних галузях економіки, так і наданню навичок і вмінь зі створення іміджу особистості, організації чи продукту з урахуванням об'єктивних передумов і чинників впливу.

Основними завданнями, які мають бути вирішені у процесі вивчення дисципліни, є вивчення основних понять, систем і алгоритмів іміджелогії та PR; набуття практичних навичок вирішення конкретних іміджелогових завдань; формування умінь творчого пошуку резервів удосконалення іміджелогової діяльності підприємства.

Інформація про науково-педагогічного працівника

Загальна інформація	Поступна Олена Вікторівна, доцент кафедри менеджменту, доктор наук з державного управління, професор
Контактна інформація	м. Харків, вул. Чернишевська 94
E-mail	postupna@nuczu.edu.ua
Наукові інтереси	— ефективність менеджменту в туристичній діяльності; — ризик-менеджмент у туризмі; — система комунікації в управлінні організаціями туристичної галузі
Професійні здібності	— професійні знання і досвід теоретико-методологічних питань управлінської діяльності; — досвід проведення навчальних занять у вищій школі із застосуванням творчих форм роботи
Наукова діяльність за освітнім компонентом	Google Scholar: https://scholar.google.com.ua/citations?user=DJIY8VoAAAAJ&hl=ru ORCID: https://orcid.org/0000-0002-0622-0966 Scopus: https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=5739650620

	0 Web of Science: https://www.webofscience.com/wos/author/record/HTP-3829-2023 Research Gate: https://www.researchgate.net/profile/Olena-Postupna-2
--	---

Час та місце проведення занять з дисципліни

Аудиторні заняття з навчальної дисципліни проводяться згідно із затвердженим розкладом. Електронний варіант розкладу розміщено на сайті Університету (<http://rozklad.nuczu.edu.ua/timeTable/group>).

Консультації з навчальної дисципліни проводяться протягом семестру щопонеділка з 10.35 до 11.55 в дистанційному форматі. В разі додаткової потреби здобувача в консультації час погоджується з викладачем.

Мета вивчення дисципліни: ознайомлення з теоретичними засадами, механізмами та методами формування іміджу; основними напрямками діяльності іміджмейкерів та психологічними технологіями створення іміджу; сформувати вміння та навички в галузі конструювання бажаного іміджу об'єкта (людини, організації тощо) під час здійснення своєї професійної діяльності; надання майбутнім фахівцям комплексу знань про особливості провадження PR-роботи та ресурсів організації щодо можливості їх використання у виробничій діяльності для формування іміджу організацій і різноманітних послуг у різних галузях економіки.

Вивчення дисципліни забезпечує засвоєння матеріалу таких дисциплін обов'язкової професійної компоненти освітньо-професійної програми «Туризм», як «Маркетинг», «Туроперейтинг».

Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Форма здобуття освіти
	заочна (дистанційна)
Статус дисципліни (обов'язкова загальна або обов'язкова професійна або вибіркова)	вибіркова
Навчальний рік	5-й
Семестр(и)	8-й
Обсяг дисципліни:	
- в кредитах ЄКТС	3
- загальна кількість годин	90
- кількість модулів	2
Розподіл часу за навчальним планом (в годинах):	
- лекції	10
- практичні заняття	2
- семінарські заняття	-

- лабораторні заняття	-
- курсовий проект (робота)	-
- інші види занять	-
- самостійна робота	78
- індивідуальні завдання (науково-дослідне)	-
Форма підсумкового контролю	
курсова робота (курсний проект); диференційний залік, іспит	диференційний залік

Передумови для вивчення дисципліни

Вивчення дисципліни «Іміджологія та PR-технології» ґрунтується на знаннях, набутих здобувачами в результаті вивчення навчальних дисциплін обов'язкової компоненти освітньо-професійної програми «Туризм» на попередніх етапах навчання, таких як: «Менеджмент з туризму», «Технології туристичної діяльності», «Інфраструктура туризму».

Результати навчання та компетентності з дисципліни

Відповідно до освітньої програми «Туризм», вивчення навчальної дисципліни повинно забезпечити:

— досягнення здобувачами вищої освіти таких результатів навчання

Програмні результати навчання	ПРН
Дисциплінарні результати навчання	
Розуміння природи іміджу, принципів, методів та технології формування позитивного іміджу людини, підприємства, території.	
Розуміти принципи, функції, технології PR.	
Діяти у відповідності з принципами соціальної відповідальності та громадської свідомості.	

— формування у здобувачів вищої освіти наступних компетентностей:

Програмні компетентності (загальні та професійні)	ЗК, ПК
Очікувані компетентності з дисципліни	
Здатність використовувати в роботі технології управління іміджем та PR.	
Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації.	
Здатність діяти у правовому полі, керуватися нормами законодавства.	

Програма навчальної дисципліни

Теми навчальної дисципліни:

МОДУЛЬ 1. ІМІДЖ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН

Тема 1.1. Теоретико-методологічні та концептуальні засади іміджології.

Тема 1.2. Технології управління іміджем.

Тема 1.3. Конструювання іміджу товару та послуги в туризмі.

Тема 1.4. Територіальний імідж.

МОДУЛЬ 2. РЕКЛАМА ТА PR У ТУРИЗМІ

Тема 2.1. Сутність, зміст та історія розвитку PR.

Тема 2.2. Вимоги до створення інформаційного продукту PR.

Тема 2.3. Організація та технологічні особливості PR-кампаній.

Тема 2.4. Середовище public relations.

Тема 2.5. Кризовий PR та його особливості для туристичної фірми.

Тема 2.6. Роль PR у досягненні ефективної роботи туристичної організації.

Розподіл дисципліни у годинах за формами організації освітнього процесу та видами навчальних занять (заочна (дистанційна) форма):

Назви модулів та тем	Кількість годин за формами навчання						
	усього	у тому числі					
		лекції	семінарські заняття	практичні заняття	лабораторні заняття (інші види занять)	самостійна робота	поточний контроль
8-й семестр							
Модуль 1. Імідж як соціокультурний феномен							
Тема 1.1. Теоретико-методологічні та концептуальні засади іміджології	10	2				8	
Тема 1.2. Технології управління іміджем	7					7	
Тема 1.3. Конструювання іміджу товару та послуги	7					7	
Тема 1.4. Територіальний імідж	10	2				8	
Підсумкова модульна (контрольна) робота							

Разом за модулем 1	34	4				30	
Модуль 2. PR-технології							
Тема 2.1. Сутність, зміст та історія розвитку PR	10	2				8	
Тема 2.2. Вимоги до створення інформаційного продукту PR	10			2		8	
Тема 2.3. Організація та технологічні особливості PR-кампаній	10	2				8	
Тема 2.4. Середовище public relations	8					8	
Тема 2.5. Кризовий PR та його особливості для фірми	8					8	
Тема 2.6. Роль PR у досягненні ефективної роботи організації	10	2				8	
Підсумкова модульна (контрольна) робота							
Разом за модулем 2	56	6		2		48	
Разом	90	10		2		78	

Теми семінарських занять – не передбачено навчальним планом

Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Вимоги до створення інформаційного продукту PR.	2
	Разом	2

Теми лабораторних занять – не передбачено навчальним планом

Орієнтовна тематика індивідуальних завдань – не передбачено навчальним планом.

Форми та методи навчання і викладання

Вивчення навчальної дисципліни реалізується в таких формах: навчальні заняття за видами, виконання індивідуальних завдань, консультації, контрольні заходи, самостійна робота.

В навчальній дисципліні використовуються різні методи навчання і викладання, зокрема:

- за джерелами набуття знань:
 - словесні методи навчання (лекція, пояснення, бесіда);
 - наочні методи навчання (ілюстрація, демонстрація, спостереження);
 - практичні методи навчання (практична робота);
- за характером логіки пізнання:
 - аналітичний;
 - дедуктивний;
- за рівнем самостійної розумової діяльності тих, хто навчається:
 - проблемний виклад;
 - частково-пошуковий;
 - дослідницький;
- інноваційні методи навчання:
 - робота з навчально-методичною літературою та відео метод;
 - навчання з використанням технічних ресурсів;
 - інтерактивні методи;
 - методи організації навчального процесу, що формують соціальні навички;
- науково-дослідна робота;
- самостійна робота.

Оцінювання освітніх досягнень здобувачів вищої освіти

Засоби оцінювання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання є:

- диференційний залік;
- контрольна робота;
- реферати, есе;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- презентації здобувачів та виступи на наукових заходах.

Критерії оцінювання

Оцінювання рівня навчальних досягнень здобувачів з навчальної дисципліни здійснюється за 100-бальною шкалою.

Форми поточного та підсумкового контролю

Поточний контроль результатів навчання здобувачів освіти проводиться у формі фронтального та індивідуальне опитування, проведення термінологічних диктантів, виконання письмових завдань, модульної контрольної роботи, контрольної роботи для заочної форми навчання, тестів.

Підсумковий контроль проводиться у формі диференційного заліку.

Розподіл та накопичення балів, які отримують здобувачі, за видами навчальних занять та контрольними заходами з дисципліни

Види навчальних занять	Кількість навчальних занять	Максимальний бал за вид навчального заняття	Сумарна максимальна кількість балів за видами навчальних занять
I. Поточний контроль			
Модуль 1	лекції	2	10
	практичні заняття*		
	за результатами виконання контрольних (модульних) робіт (модульний контроль)*		
Разом за модуль 1			20
Модуль 2	лекції	3	10
	практичні заняття*	1	20
	за результатами виконання контрольних (модульних) робіт (модульний контроль)*		
Разом за модуль 2			50
Разом за поточний контроль			70
II. Індивідуальні завдання (науково-дослідне) – контрольна робота*			30
III. Підсумковий контроль – диференційний залік*			-
Разом за всі види навчальних занять та контрольні заходи			100

*Пояснення:** види навчальних занять та контрольні заходи для обов'язкового виконання.

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни є сумою рейтингових оцінок (балів), одержаних за окремі оцінювані форми освітнього процесу: поточне оцінювання рівня засвоєння теоретичного матеріалу під час аудиторних занять та самостійної роботи; оцінка (бали) за самостійну роботу; оцінка (бали) за участь у наукових конференціях, олімпіадах, виконання досліджень,

підготовку наукових публікацій тощо.

Поточний контроль

Поточний контроль проводиться на лекційному та практичному заняттях за результатами виконання завдань самостійної роботи. Він передбачає оцінювання теоретичної підготовки здобувачів із зазначеної теми (у тому числі, самостійно опрацьованого матеріалу) під час роботи на лекційних і практичних заняттях та набутих практичних навичок під час виконання практичних робіт.

Критерії поточного оцінювання знань здобувачів на лекційному занятті (*оцінюється в діапазоні від 0 до 10 балів*):

9-10 балів – здобувач приймає активну участь в обговоренні теоретичних та практичних питань, в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів, демонструє здатність самостійного пошуку відповідей, здійснення аналізу наданого матеріалу, надає правильні відповіді на питання викладача;

7-8 балів – здобувач приймає участь в обговоренні теоретичних та практичних питань, обґрунтовано його викладає під час усних відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань, демонструє здатність самостійного пошуку відповідей, здійснення аналізу наданого матеріалу, надає правильні відповіді на питання викладача;

5-6 балів – здобувач приймає участь в обговоренні теоретичних та практичних питань, в цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст під час усних відповідей, але без глибокого аналізу, обґрунтування та аргументацій, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки;

2-4 бали – здобувач не приймає участь в обговоренні питань, частково володіє навчальним матеріалом, не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів, допускаючи при цьому суттєві неточності;

0-1 балів – здобувач не приймає участь в обговоренні питань, не володіє навчальним матеріалом та не знає відповіді на поставлені питання або побіжно розкрив лише окремі положення.

Критерії поточного оцінювання знань здобувачів на практичному занятті (*оцінюється в діапазоні від 0 до 20 балів*):

17-20 балів – здобувач у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Розвиває власну думку, самостійно добирає приклади;

13-16 балів – в цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності;

9-12 балів – не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом.

Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності та помилки;

5-8 балів – частково володіє навчальним матеріалом, не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки;

0-4 балів – не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє зміст теоретичних питань та практичних завдань, не знає відповіді на поставлені питання або побіжно розкрив лише окремі положення.

Викладачем оцінюється самостійність думок, логіка викладу та якість аргументації, повнота розкриття навчальних питань, культура мовлення і діалогу, використання навчальної, наукової та спеціальної літератури, вміння виділяти головне, узагальнювати, робити висновки.

Контрольна робота.

Контрольна робота – вид обов'язкових навчальних робіт, за результатами виконання яких здобувач отримує допуск до підсумкового контролю; письмова робота, виконана здобувачем за відповідною темою. Написання контрольної роботи має на меті – заохочувати здобувачів до наукової роботи, прищеплюючи їм навички самостійної підготовки доповідей, повідомлень, роботи з першоджерелами, монографічною літературою та періодичними виданнями. Контрольні роботи перевіряються викладачем перед початком навчальної сесії.

Тема контрольної роботи повинна відповідати тематиці курсу і має бути узгодженою з викладачем. Вимоги до виконання та оформлення контрольної роботи визначені в [3].

Контрольні роботи повинні надаватися здобувачами для реєстрації на кафедрі та на рецензування викладачу кафедри в установлені графіком навчального процесу строки не менш ніж за 20-25 днів до початку сесії. Як виняток, допускається прийняття до перевірки робіт перед початком сесії за дозволом кафедри з врахуванням поважних причин, підтверджених документально. Викладачем оцінюється повнота розкриття питання, логіка викладання, культура мови, емоційність та переконаність, використання основної та додаткової літератури, аналітичні міркування, вміння робити порівняння, висновки.

Роботи, які виконані відповідно до необхідних вимог та захищені здобувачами, оцінюються позитивно як «зараховані», на підставі чого здійснюється допуск до підсумкового контролю.

Критерії оцінювання знань здобувачів за виконання контрольної роботи *(оцінюється в діапазоні від 0 до 30 балів)*:

24-30 балів – в роботі присутні всі структурні елементи, питання розкриті повно і всебічно, виклад матеріалу логічний, висновки аргументовані, використана актуальна література, робота правильно

оформлена згідно з вимогами. При захисті роботи здобувач вільно оперує термінологією, демонструє глибокі знання використаної при підготовці літератури, має власну думку щодо питання і може її довести, логічно та послідовно викладає матеріал і в змозі вільно та професійно вести дискусію;

18-23 бали – в роботі присутні всі структурні елементи, питання розкриті, виклад матеріалу логічний, висновки аргументовані, використана актуальна література, робота правильно оформлена згідно з вимогами, але мають місце певні недоліки при висвітленні матеріалу: є 2-3 незначні помилки, припускаються неточні твердження, не підкріплені нормативними чи іншими доказами, при цьому матеріал викладено логічно, в списку джерел достатня кількість позицій, немає грубих помилок в оформленні. При захисті роботи здобувач достатньо володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки;

12-17 балів – в роботі присутні всі структурні елементи, однак одне з питань розкрито не повністю, присутні логічні і фактичні помилки, в списку літератури є застарілі джерела, допущені істотні помилки в оформленні. При захисті роботи спостерігається певний розрив між відповіддю і матеріалом роботи, здобувач висвітлює питання в загальних рисах, розуміє їх суть, намагається зробити висновки, але при цьому допускає грубі помилки, відсутня логіка викладення матеріалу;

6-11 балів – в роботі неправильні, неточні і неконкретні відповіді на поставлені питання, несамостійний характер виконання контрольної роботи, відсутність необхідних пояснень та відповідей, фактичні помилки, допущені при відповіді на питання, не правильне, не дбале оформлення роботи, не вистачає структурних елементів, в списку літератури не достатньо джерел, оформлення роботи не відповідає вимогам, наявність значної кількості граматичних помилок. При захисті роботи здобувач не може відповісти на питання або відповідає неправильно, не розуміє його суті, а отже, не може зробити висновки.

0-5 балів – завдання контрольної роботи не виконано, тема не розрита, робота оформлена не якісно, надана не вчасно. При захисті роботи здобувач не може відповісти на питання, не розуміє його суті, а отже, не може зробити висновки.

Перелік рекомендованих тем для написання контрольної роботи:

1. Імідж як базова категорія у встановленні зв'язків з громадськістю.
2. Механізми практичної реалізації іміджу організації.
3. Прикладна іміджелогія. Особливості іміджевої комунікації в туристичній діяльності.
4. Комплекс заходів по просуванню (маркетингу) туристичного продукту в Україні.
5. Реклама, як одна з складових комунікативної політики маркетингу в економіці України.

6. Регулювання рекламної діяльності в сфері туризму в Україні та за кордоном.
7. Відповідальність за порушення законодавства про рекламу в туристичній діяльності України.
8. Планування та виробництво рекламної продукції, здійснення рекламних кампаній в тур діяльності.
9. PR (зв'язки з громадськістю), як один із складових комунікативної політики в економіці України.
10. PR та брендинг в туристичній діяльності України.

Підсумковий контроль.

Підсумковий контроль успішності проводиться з метою оцінювання результатів навчання на завершальному етапі, проводиться в усній формі – диференційного заліку.

Диференційний залік є формою підсумкового контролю, що полягає в оцінці засвоєння здобувачами теоретичних знань та практичних умінь і навичок з окремої навчальної дисципліни на підставі результатів виконаних індивідуальних завдань, різних видів робіт на лекційних та практичному заняттях, визначених робочою програмою. Диференційний залік проводиться, як правило, під час останнього заняття за розкладом занять з навчальної дисципліни або розкладу заліково-екзаменаційної сесії, затвердженого в НУЦЗ України.

Перелік теоретичних питань для підготовки до диференційного заліку:

1. Іміджологія як теорія формування та функціонування іміджу.
2. Поняття та сутність іміджу.
3. Форми та функції іміджу.
4. Мета і функції іміджу в сучасному суспільстві.
5. Перехід від іміджу до міфу, процеси зіткнення міфів.
6. Типи іміджі.
7. Поняття іміджевої стратегії.
8. Типи публічних іміджів.
9. Вербалізація як інструмент іміджології.
10. Основні правила іміджових кампаній.
11. Імідж організації та корпоративної політики.
12. Паблік рілейшнз як наука. Предмет і мета PR.
13. Етапи розвитку PR.
14. Види і методи PR у туризмі.
15. Переваги та недоліки різних видів PR.
16. Класифікація PR з огляду на етику.
17. Характеристика PR-технології.
18. Засоби психологічного впливу. Психологічні методи PR.
19. Методика використання фокус-групи.
20. Переваги і недоліки психологічних методів PR.
21. Характеристика інформаційного продукту.
22. Методи створення інформаційного продукту.

23. Характеристика Афінського кодексу.
24. Види інформаційних продуктів.
25. PR у сфері туризму.
26. PR за допомогою ЗМІ.
27. Технологія написання прес-релізу.
28. Засоби PR у сфері туризму.
29. Механізм публікації спростування у пресі.
30. Роль реклами у підприємницькій діяльності.
31. Класифікація реклами.
32. Розробка рекламної кампанії.
33. Діяльність рекламного агентства.
34. Реклама у сфері туризму.
35. Дизайн у рекламі як засіб комунікації.
36. Суб'єкти та об'єкти PR-кампанії.
37. Класифікації PR-кампаній.
38. Оцінка результатів PR-діяльності.
39. Оцінювання результатів проведення PR-кампанії.
40. Елементи PR-кампанії.
41. Передача PR-звернення.
42. Комунікативні стратегії PR-звернень.
43. Розробка тактики PR-звернень.
44. Сучасні форм просування інформації.
45. Характеристика позиціонуючи і оптимізуючих комунікативних стратегій.
46. Розвиток криз та їх види.
47. Боротьба з кризою та типові помилки туристичної організації.
48. Послідовність дій туристичного підприємства у антикризовій програмі.
49. Варіанти боротьби з кризою в залежності від її виду.
50. Аналіз ескалації кризи.
51. Підходи до організація департаменту зв'язків із громадськістю.
52. Причини звернення до PR-агенції.
53. Взаємодія PR-служби і керівництва туристичної організації.
54. Заходи формування елементів іміджу організації.
55. Завдання працівників PR-служби туристичного підприємства.
56. Предмет дослідження іміджеології.
57. Поняття, види і функції іміджу.
58. Структура іміджу компанії.
59. Заходи формування елементів іміджу організації.
60. Наслідки формування негативного іміджу організації.

Політика викладання навчальної дисципліни

1. Здобувач зобов'язаний наполегливо оволодівати знаннями, на занятті бути уважним, брати активну участь у роботі під час занять, бути попередньо підготовленим до практичних занять за рекомендованою

літературою, якісне і своєчасне виконувати всі завдання.

2. Здобувач повинен сумлінно виконувати розклад занять з навчальної дисципліни. Пропуски занять без поважної причини та запізнення на заняття не допустимі (здобувачі, які запізнилися, до заняття не допускаються).

3. Здобувач має бути дисциплінованим й організованим, дотримуватись правил суспільного життя. Розмовляти, повертатися та вставати з місця на заняттях можна лише з дозволу викладача. Здобувач не повинен на занятті заважати підказками, виправляти відповідь товариша можна тільки з дозволу викладача.

4. З навчальною метою під час заняття мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями дозволяється користуватися тільки з дозволу викладача.

5. Здобувач повинен виконувати вимоги щодо термінів виконання поставлених завдань, захисту робіт, ліквідації заборгованостей. При виконанні робіт до захисту допускаються ті роботи, у яких дотримується політика академічної доброчесності та які містять не менше 60 % оригінального тексту при перевірці на плагіат. Несвоєчасне виконання поставленого завдання/роботи знижує максимальний бал (оцінку) за завдання на 20 %.

6. Здобувач має право дізнатися про свою кількість накопичених балів у викладача навчальної дисципліни та вести власний облік цих балів.

7. Здобувач має берегти й зміцнювати власність Університету.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Література

1. Методичні рекомендації з організації самостійної роботи здобувачів вищої освіти денної форми навчання з навчальної дисципліни «Іміджелогія та PR-технології» : для здобувачів вищої освіти, які навчаються за першим бакалаврським рівнем вищої освіти (вибіркова дисципліна) / укладач О.В. Поступна. Харків: НУЦЗУ, 2024. 14 с.

2. Методичні рекомендації з організації самостійної роботи здобувачів вищої освіти заочної форми навчання та виконання контрольної роботи з навчальної дисципліни «Іміджелогія та PR-технології» : для здобувачів вищої освіти, які навчаються за першим бакалаврським рівнем вищої освіти (вибіркова дисципліна) / укладач О.В. Поступна. Харків: НУЦЗУ, 2024. 23 с.

3. Менеджмент туризму: опорний конспект лекцій [для студентів усіх форм навчання спеціальності 242 «Туризм»] / укладач О.В. Поступна ; Нац. ун-т цивільного захисту України. Харків : НУЦЗУ, 2020. 318 с.

4. Поступна О.В. Бенчмаркінг туристичної дестинації Харківської області. *Порівняльне публічне управління та адміністрування* : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. 28 травня 2021 р. / за заг. ред. Н.М. Колісніченко. Одеса : Вид-во: ОРІДУ НАДУ, 2021. С. 96–102.

5. Поступна О.В. Ризик-менеджмент у туризмі: зарубіжний досвід та

нові українські реалії. *Формування ефективних механізмів державного управління та менеджменту в умовах сучасної економіки: теорія і практика* : матеріали VIII Міжнар. заочн. наук.-практ. конф., 27 листопада 2020 р. / за ред. В.М. Огаренка, О.В. Покатаєвої та ін. Запоріжжя : КПУ, 2020. С. 534–536.

6. Аріон О.В. Географія туризму: навч.-метод. посіб. / О.В. Аріон, С.І.Уліганець. Київ : ВГЛ «Обрії», 2009. 172 с.

7. Поступна О.В., Філенко Д.С. Стратегія розвитку туристичної дестинації Харківської області. *Місцеве самоврядування в Україні та світі: теорія і практика* : матеріали III Всеукр. наук.-практ. конф. (з міжнар. участю), м. Полтава, 8 грудня 2020 р. Полтава : ПДАА, 2020. С. 161–163.

8. Болотова В. О., Ляшенко Н. О., Агаларова К. А. Іміджологія : текст лекцій для студ. спец. 054 «Соціологія», 061 «Журналістика». Харків : НТУ «ХП», 2021. 150 с.

9. Рекламна діяльність: навч.-метод. комплекс з навч. дисципліни для студ. першого курсу, галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 073 «Менеджмент», спеціалізації «Бізнес-адміністрування», освітнього рівня: магістр /уклад.: В.Й. Ерфан, І.В. Довба. Ужгород: Ужгородський національний університет, 2019. 39 с.

Інформаційні ресурси

10. Stryzhak O., Akhmedova O., Postupna O., Shchepanskiy E., Tiurina D. National Brand, Tourism and Human Development: Analysis of the Relationship and Distribution. *Journal of Distribution Science*. Korea: Korea Distribution Science Association, 2021. Vol. 19, Is. 12. P. 37-41. URL: <http://koreascience.or.kr/article/JAKO202135154064594.page>.

11. Бібліотека Національного університету цивільного захисту України. URL: <http://library.nuczu.edu.ua/>.

12. Все про туризм – туристична бібліотека. URL: <http://tourlib.net/ua.htm>.

13. Всесвітня рада з туризму і подорожей (The World Travel & Tourism Council) (англ.). URL: http://www.wttc.org/eng/Tourism_Research/Economic_Data_Search_Tool/index.php.

14. Всесвітня туристична організація. URL: www.unwto.org.

15. Державний комітет статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

16. Законодавство України. URL: <http://www.rada.kiev.ua/>.

17. Інформаційний портал Країни Світу. URL: <https://countries.world/>.

18. Інформаційний портал мандрівника. URL: <http://restinworld/countries/index.html>.

19. Кабінет Міністрів України. URL: <http://www.kmu.gov.ua/>.

20. Кіптенко В.К. Менеджмент туризму : підруч. URL: http://pidruchniki.com/1584072020334/turizm/menedzhment_turizmu.

21. Мальська М.П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія та практика. URL: https://pidruchniki.com/12301002/turizm/efektivnist_investitsiynih_proektiv

_turizmi.

22. Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського. URL:
<http://www.nbuv.gov.ua/>.

23. Офіційний сайт Міністерства інфраструктури України. URL:
<https://mtu.gov.ua>.

Розробник:

доцент кафедри менеджменту,
д.держ.упр., професор



Олена ПОСТУПНА