

Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
Природничо-економічний факультет
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри туризму та
готельно-ресторанної справи



Вероніка БУТОРІНА

«26» серпня 2026 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«ІМІДЖЕОЛОГІЯ ТА PR У ТУРИЗМІ ТА СФЕРІ ГОСТИННОСТІ»

підготовки фахівців
за освітньо-професійною
програмою
спеціальності
галузі знань
мова навчання

другого (магістерського) рівня вищої освіти
Туризм та індустрія гостинності
J3 Туризм та рекреація
J Транспорт та послуги
українська

2026 – 2027 навчальний рік

Розробники програми:

Буторіна Вероніка Борисівна, кандидат економічних наук наук, доцент, доцент
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи

Ухвалено на засіданні кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Протокол № 7 від «26» серпня 2026 року

Гарант освітньо-професійної
програми



Тетяна МАРУСЕЙ

Зміст робочої програми навчальної дисципліни

1. Мета вивчення навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни «Іміджеологія та PR у туризмі та сфері гостинності» є засвоєння студентами видів PR, особливостей PR-технологій, механізмів створення іміджу підприємства сфери туризму та гостинності і впливу їх на розвиток туризму.

2. Обсяг дисципліни

Найменування показників	Характеристика навчальної дисципліни
	денна форма здобуття вищої освіти
Рік навчання	2026-2027 н.р.
Семестр вивчення	3-й
Кількість кредитів ЄКТС	3
Загальний обсяг годин	90
Кількість годин навчальних занять	28
Лекційні заняття	12
Практичні заняття	16
Самостійна та індивідуальна робота	62
Форма семестрового контролю	Залік

3. Статус дисципліни – обов’язковий освітній компонент професійної підготовки.

4. Передумови для вивчення навчальної дисципліни

«Регіональний ринок туристично-рекреаційних послуг», «Проектний менеджмент в туризмі, рекреації та гостинності».

5. Програмні компетентності навчання

Інтегральна компетентність. Здатність розв’язувати складні задачі дослідницького та/або інноваційного характеру у сфері туризму та рекреації.

Загальні компетентності:

ЗК 01. Здатність до організації, планування, прогнозування результатів діяльності.

ЗК 07. Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

СК 04. Здатність організовувати діяльність та співпрацю суб’єктів регіонального, національного та міжнародного туристичних ринків на засадах сталого розвитку з урахуванням світового досвіду

СК 06. Розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку

туризму в цілому та окремих його форм і видів.

СК 07. Здатність розробляти та впроваджувати інновації в діяльності суб'єктів туристичного ринку.

СК 08. Здатність створювати, реалізовувати та ефективно просувати туристичні продукти й послуги регіонального рівня у галузі туризму та гостинності в умовах змін.

6. Програмні результати з дисципліни

ПРН 05. Здійснювати комплексний аналіз і оцінювання функціонування туристичного ринку різних ієрархічних рівнів. Прогнозувати тенденції його розвитку.

ПРН 07. Організовувати співпрацю зі стейкхолдерами, формувати механізми взаємодії суб'єктів туристичного ринку з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.

ПРН 09. Розробляти та реалізовувати проєкти у сфері туризму та рекреації на засадах економічної, соціальної і екологічної ефективності.

ПРН 13. Розробляти та впроваджувати продукти і послуги у галузі туризму та гостинності, враховуючи специфіку регіонального туристично-рекреаційного потенціалу в умовах змін.

7. Методи навчання. Словесні, наочні методи; дедуктивний, індуктивний, аналітичний, метод порівняння, узагальнення, конкретизація; пояснювально-ілюстративний метод, демонстрація, метод проблемного викладу матеріалу (кейс-метод, панельні лекції, проблемні методи навчання, метод «ажурна пилка», робота малими групами).

8. Засоби діагностики результатів навчання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання з навчальної дисципліни є опитування, виконання завдань для практичних занять, тести, зокрема із використанням модульного об'єктно-орієнтованого динамічного навчального середовища Moodle, модульна контрольна робота, інформаційні повідомлення, залік.

9. Програма навчальної дисципліни

Денна форма здобуття вищої освіти

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин			
	разом	у тому числі		
		лекційні заняття	практичні заняття	самостійна та індивідуальна робота
ЗМ 1. Менеджмент проєктів у туризмі та гостинності				
Тема 1. Сутність, зміст та історія розвитку PR.	12	2	2	8
Тема 2. Психологічні аспекти PR-технологій.	13	2	2	9
Тема 3. Основні засоби і заходи PR у сферах туризму та гостинності.	13	2	2	9
Тема 4. Вимоги до створення інформаційного продукту PR.	12	1	2	9
Тема 5. Організація та технологічні особливості PR-кампаній.	12	1	2	9
Тема 6. Кризовий PR та його особливості для туристичної фірми і для підприємства сфери гостинності.	13	2	2	9
Тема 7. Формування іміджу туристичної організації.	15	2	4	9
Разом годин	90	12	16	62

10. Форми поточного, семестрового та підсумкового контролю

Поточний контроль – аудиторна робота. Знання, вміння та навички здобувачів оцінюються через визначення якості виконання конкретизованих завдань. Кількісна оцінка певного поточного контролю за конкретним видом навчального заняття визначається як сума балів за окремі види навчальної роботи. Максимальна кількість балів, яку може отримати здобувач за результатами поточного контролю – 40.

Органічною складовою освітнього процесу є *контроль знань* здобувачів. До основних завдань контролю знань належать:

- підвищення мотивації здобувачів до систематичної активної роботи впродовж навчального року, переорієнтація їхніх цілей з отримання позитивної оцінки на формування стійких знань, умінь та навичок;
- систематизація знань та активне їх засвоєння упродовж навчального року;
- недопущення розриву між завданнями, що виносяться для контролю і програмою дисципліни;
- відкритість контролю: ознайомлення студентів на початку вивчення дисципліни з контрольними завданнями та всіма формами контрольних заходів і критеріями їх оцінювання;
- подолання елементів суб'єктивізму при оцінюванні знань, що забезпечується складанням контрольних завдань та іспитів у письмовій формі із застосуванням 100-бальної шкали оцінювання;
- забезпечення належних умов вивчення програмного матеріалу і підготовки до контрольних заходів, що досягаються шляхом чіткого їх розмежування за змістом

й у часі;

– розширення можливостей для всебічного розкриття здібностей студентів, розвитку їх творчого мислення та підвищення ефективності роботи викладацького складу.

Враховуючи специфіку навчальної дисципліни «Іміджеологія та PR у туризмі та сфері гостинності» були визначені наступні *форми контролю*:

– написання студентом інформаційного повідомлення та доповідь за його тематикою на практичному занятті;

– перевірка конспекту на практичних заняттях;

– усне обговорення теоретичного матеріалу, винесеного на самостійне опрацювання;

– усне обговорення виконання тестів для самоперевірки знань студентом;

– написання тестів для проміжного контролю на практичних заняттях, до складу яких включаються також питання, винесені на самостійне опрацювання;

– написання письмового експрес-опитування (економічного диктанту), до складу яких включаються також питання, винесені на самостійне опрацювання.

Завданням поточного контролю є перевірка розуміння та засвоєння певного матеріалу, вироблених навичок проведення творчих робіт, умінь самостійно опрацьовувати теоретичний та практичний матеріал, здатності осмислити зміст теми чи розділу, умінь публічно чи письмово представити певний матеріал (презентація).

Модульний контроль – одна модульна контрольна робота. Передбачає розкриття теоретичних питань і тестових завдань. Кожне завдання модульної контрольної роботи (2 теоретичні питання і 10 тестових) оцінюється окремо. Загальна оцінка розраховується як сума оцінок: 10 балів за перше теоретичне питання, 10 балів за друге теоретичне питання, по 2 бали за кожне тестове завдання (разом за кожну контрольну – 40 балів).

Оцінювання самостійної та індивідуальної роботи (заявки грантового проєкту) здійснюється у межах 20 балів за модуль.

Підсумковий контроль: залік.

11. Критерії оцінювання результатів навчання

Структура оцінювання предмету «Управління туристичними DESTINATIONAMI»:

Поточний і модульний контроль (100 балів)			Сума
Змістовий модуль 1 (100 балів)			100 балів
Поточний контроль	МКР	ІНДЗ	
50 балів	40 балів	10 балів	

Критерії оцінювання практичного заняття

Поточний контроль проводиться з метою перевірки рівня підготовки здобувачів вищої освіти за визначеною темою; забезпечення зворотного зв'язку між викладачем та здобувачами вищої освіти, управління навчальною мотивацією здобувачів.

Оцінювання на практичних заняттях відбувається за 12 бальною системою відповідно до критеріїв, визначених «Положенням про рейтингову систему

оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка» (нова редакція). Максимальний бал оцінки поточної успішності здобувачів вищої освіти на навчальних заняттях рівний 12.

URL: https://drive.google.com/file/d/1aD_jeL-jGRbDWAegkQ58tdMxxbqQKufF/view

Відповіді студентів на практичних заняттях оцінюються за 12-бальною системою за наступними критеріями:

Початковий (понятійний): 1-3 бали – здобувач володіє навчальним матеріалом на рівні засвоєння окремих термінів. Відповідає на запитання, які потребують відповіді «так» чи «ні», мало усвідомлює мету навчально-пізнавальної діяльності, робить спробу знайти способи дій, розповісти суть заданого, проте відповідає лише за допомогою викладача на рівні «так» чи «ні»; може самостійно знайти відповідь у підручнику, намагається аналізувати на основі володіння елементарними знаннями і навичками; робить спроби виконання завдань і дій репродуктивного характеру; за допомогою викладача робить прості розрахунки за готовим алгоритмом.

Середній (репродуктивний): 4-6 балів – здобувач володіє початковими знаннями; орієнтується у поняттях і визначеннях; самостійне опрацювання навчального матеріалу викликає значні у нього труднощі, розуміє сутність навчальної дисципліни, може дати визначення понять, категорій (проте з окремими помилками); вміє працювати з літературою, самостійно опрацьовувати частину навчального матеріалу.

Достатній (алгоритмічно дієвий): 7-8 балів – здобувач правильно і логічно відтворює навчальний матеріал, оперує базовими теоріями і фактами, встановлює причинно-наслідкові зв'язки між ними; вміє наводити приклади на підтвердження певних думок, застосовувати теоретичні знання у стандартних ситуаціях; за допомогою викладача може скласти план інформаційного повідомлення, виконати його і правильно оформити; самостійно користуватися додатковими джерелами; правильно використовувати термінологію; скласти таблиці, схеми; вільно володіє навчальним матеріалом, застосовує знання у дещо змінених ситуаціях, вміє аналізувати і систематизувати інформацію, робить аналітичні висновки, використовує загальновідомі докази у власній аргументації; чітко тлумачить поняття, категорії, нормативні документи; формулює закони; може самостійно опрацьовувати матеріал, виконує прості творчі завдання; має сформовані типові навички.

Високий (творчо-професійний): 10-12 балів – здобувач володіє глибокими і міцними знаннями та використовує їх у нестандартних ситуаціях; може визначати тенденції та суперечності різних процесів; робить аргументовані висновки; практично оцінює сучасні тенденції, факти, явища, процеси; самостійно визначає

мету власної діяльності; розв'язує творчі завдання; може сприймати іншу позицію як альтернативну; знає суміжні дисципліни; використовує знання, аналізуючи різні явища, процеси; студент має системні, дієві знання, виявляє неординарні творчі здібності в навчальній діяльності; використовує широкий арсенал засобів для обґрунтування та доведення своєї думки; розв'язує складні проблемні ситуації та завдання; схильний до системно-наукового аналізу та прогнозу явищ; уміє ставити і розв'язувати проблеми, самостійно здобувати і використовувати інформацію; займається науково-дослідною роботою, самоосвітою; логічно та творчо викладає матеріал в усній і письмовій формі; розвиває свої здібності й схильності; використовує різноманітні джерела інформації; моделює ситуації в нестандартних умовах.

При визначенні підсумкової оцінки, поточна успішність за кожним з двох змістових модулів інтегрується у 100-бальну систему за формулою **(середній бал $\times$ 0,05+0,4) $\times$ 50**, де 50 – це максимальна кількість балів, виділена на оцінювання поточної успішності.

Відвідування занять. Очікується, що всі здобувачі вищої освіти відвідають лекційні та практичні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку студенти зобов'язані дотримуватися термінів виконання усіх видів робіт, передбачених курсом. Організацію освітнього процесу регламентує «Положення про організацію освітнього процесу в К-ПНУ імені Івана Огієнка (нова редакція)», URL: <https://drive.google.com/file/d/1ZbMN35h-7ZSJBBOVvL2bTCaLtRbcQA86/view>

В умовах застосування дистанційних технологій навчання організація поточного і семестрового контролю відбувається відповідно до «Порядку організації поточного та семестрового контролю із застосуванням дистанційних технологій навчання в Кам'янець-Подільському національному університеті імені Івана Огієнка (зі змінами)», URL: https://drive.google.com/file/d/15qM6nA_NtvOZxOYz4Hzc8DZNgnAiL_zz/view.

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи

Після вивчення змістового модуля освітнього компоненту здобувачі пишуть модульну контрольну роботу. Модульна контрольна робота виконується у письмовій формі. До її написання допускаються усі студенти. Позитивну оцінку за МКР не рекомендується покращувати.

Невиконання МКР оцінюється 0 балів.

Здобувачі вищої освіти, які за результатами виконання модульної контрольної роботи отримали рейтинговий бал менший 60 % від максимальної кількості балів, виділених на цей вид роботи, а також ті, що не з'явилися для виконання або не виконали завдань, вважаються такими, що мають академічну заборгованість за результатами поточного контролю, ліквідація якої є обов'язковою.

Модульна контрольна робота проводиться у формі письмової відповіді на запропоновані запитання. Максимальна кількість балів за МКР – 40. Для зарахування модульної контрольної роботи мінімальна кількість набраних балів повинна становити 24, у іншому випадку МКР потрібно виконати повторно.

Поточна модульна контрольна робота містить 2 проблемно-аналітичних завдання і 10 тестових запитань. Максимальна кількість балів за контрольну роботу – 40, з них за завдання – 20 балів, за тести – 20 балів. Критерії оцінювання проблемно-аналітичних завдань відповідають екзаменаційним. Модульний контроль виставляється у терміни, визначені програмою курсу.

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи

Шкала ECTS	Оцінка в балах	Критерії оцінювання
Відмінно	36-40	Здобувач вищої освіти у відповідях на варіант МКР демонструє глибокі знання з предмету, повною мірою володіє матеріалом, що дозволяє виявляти розуміння змісту предмету, його основних положень, категоріального апарату тощо, може обґрунтовувати свої судження, аргументуючи правильну відповідь, логічно та послідовно формулює текст відповідей на поставлені завдання.
Добре	30-35	Результати відповідей здобувача вищої освіти на варіант МКР відповідають тим самим вимогам, що й для оцінки «відмінно», але при цьому здобувач допускає певні неточності та незначні помилки. Здобувач володіє матеріалом, правильно відповідаючи на поставлені завдання, логічно формулює відповіді, намагаючись аргументувати їх.
Задовільно	24-29	Відповіді здобувача вищої освіти на варіант МКР дозволяють виявити знання і розуміння основних положень предмета, певне володіння категоріальним апаратом, проте характеризуються фрагментарністю, відсутністю повноти та аргументованості. Здобувач допускає помилки при відповідях на питання МКР, не вміє достатньо обґрунтувати свої судження.
Незадовільно	0-23	Відповіді здобувача вищої освіти на варіант МКР не виявили знань та розуміння основних положень предмета, що спричинило значну кількість помилок або, взагалі, повну/часткову відсутність відповідей. Здобувач не вміє логічно побудувати відповідь, обґрунтовувати свої судження, плутається у розумінні категоріального апарату тощо

Критерії оцінювання самостійної та індивідуальної роботи

Робота оцінюється в 9-10 балів, якщо: автором чітко поставлена проблема і представлена власна точка зору стосовно її вирішення; проблема розкрита на високому теоретичному рівні, простежені системні зв'язки предмету дослідження, подані обґрунтування заявлених характеристик з коректним використанням фахових термінів, що мають відношення до завдання; надана аргументація власної думки з опорою на соціально-політичний аспект в контексті проблематики; робота розгорнуто розкриває заявлену тему.

Робота оцінюється в 6-8 балів, якщо: представлена власна точка зору(позиція,

ставлення) стосовно вирішення проблеми; тема розкрита з конкретним використанням спеціальних понять у контексті відповіді (теоретичні зв'язки та обґрунтування явно не простежуються); надана аргументація власної думки з опорою на факти розвитку соціально-політичних уявлень з проблематики; заявлена тема розкрита не в повній мірі, зокрема не проаналізовані деякі суттєві характеристики предмету аналізу.

Робота оцінюється в 1-5 бали, якщо: представлена власна точка зору (позиція, ставлення) при розкритті проблеми; проблема розкрита на буденному (а не теоретичному) рівні; аргументація власної думки слабо пов'язана з розкриттям проблеми; опущений аналіз суттєвих характеристик явища, тобто розкриті лише несуттєві характеристики предмету дослідження.

Робота оцінюється в 0 балів, якщо: робота немає унікальності, тобто коли автор скористається нечесним шляхом представлення чужих думок власними.

Академічна доброчесність. Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел списування, втручання в роботу інших студентів становлять, але не обмежують приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента є підставою для її не зарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману. URL: <https://integrity.kpnu.edu.ua/>

Підсумкова шкала оцінювання:

Оцінювання знань студента відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 «Положення про організацію освітнього процесу КПНУ (зі змінами)» введеного в дію наказом від 03.07.2024 № 79-ОД.

URL:

<https://drive.google.com/file/d/1ZbMN35h-7ZSJBBOVvL2bTCaLtRbcQA86/view>

Рейтингова оцінка	За шкалою ECTS	За національною шкалою
90-100	A (відмінно)	Зараховано
82-89	B (дуже добре)	
75-81	C (добре)	
67-74	D (задовільно)	
60-66	E (достатньо)	
35-59	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)	Незараховано
34 і менше	F (незадовільно з обов'язковим проведенням додаткової роботи щодо вивчення навчального матеріалу кредитного модуля)	

Умови визначення успішного засвоєння освітнього компоненту «Іміджеологія та PR у туризмі та сфері гостинності»:

–кредити присвоюються здобувачам вищої освіти після завершення навчальної

дисципліни та успішного оцінювання досягнутих ними результатів навчання;

–критерієм успішного проходження здобувачем вищої освіти оцінювання результатів навчання є досягнення ним мінімального порогового рівня оцінок за кожним запланованим результатом навчання освітнього компоненту та мінімального порогового рівня оцінки за освітнім компонентом загалом, яких складає 60 % від максимально можливої кількості балів, визначеної відповідними нормативними документами Університету;

–здобувачам вищої освіти, які за результатами підсумкового контролю отримав незадовільну оцінку, дозволяють ліквідувати академічну заборгованість після належної підготовки;

–ліквідацію академічної заборгованості за результатами семестрового контролю дозволяють до початку наступного семестру в час, визначений графіком ліквідації академічної заборгованості, та допускають не більше двох разів: перший раз – викладачеві, другий – комісії, яку створюють за розпорядженням декана факультету;

–за неуспішного проходження оцінювання результатів навчання за освітнім компонентом кредити здобувачу вищої освіти не присвоюють.

В умовах застосування дистанційних технологій навчання організація поточного і семестрового контролю відбувається відповідно до «Порядку організації поточного та семестрового контролю із застосуванням дистанційних технологій навчання в Кам'янець-Подільському національному університеті імені Івана Огієнка (зі змінами)». URL: https://drive.google.com/file/d/1c--sYRfDI_iAT7L766LprKB-x9GGKaEy/view

Неформальна та/або інформальна освіта. Визнання К-ПНУ ім. І. Огієнка результатів навчання, здобутих шляхом формальної або інформальної освіти регламентовано «Порядком визнання в Кам'янець-Подільському національному університеті імені Івана Огієнка результатів навчання, здобутих шляхом формальної або інформальної освіти». URL: <https://drive.google.com/file/d/19GCSM3y-K496gs8RQJp0mO9FjUJumB4T/view>

У випадку, якщо здобувач освіти отримав знання у неформальній та інформальній освіті, зарахування результатів навчання здійснюється згідно Порядку визнання результатів навчання здобувачів вищої освіти, отриманих шляхом здобуття неформальної/інформальної освіти в Кам'янець-Подільському національному університеті імені Івана Огієнка, зокрема, якщо їх тематика відповідає змісту навчальної дисципліни (окремій темі або змістовому модулю).

У неформальній освіті:

- закінчення професійних курсів, семінарів або тренінгів, тематика яких відповідає змісту навчальної дисципліни (окремій темі або змістовому модулю);
- підготовка конкурсної наукової роботи;
- призове місце на Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт;

- призове місце на Всеукраїнській студентській олімпіаді.

Проходження безкоштовних навчальних тренінгів (вебінарів, семінарів), що проводяться на платформі Prometheus (<https://prometheus.org.ua>) та інших фахових платформах, за умови отримання безкоштовного сертифікату. Наприклад, курс «Майстерність турботи: сучасні практики для hr, кар'єрних консультантів і працівників служби зайнятості» (<https://prometheus.org.ua/prometheus-free/pro-care/>)

Безкоштовний курс «Цифровий маркетинг». Платформа професійного розвитку Prometheus. URL: <https://prometheus.org.ua/prometheus-free/digital-marketing/>

Безкоштовний курс «Маркетинг: розробка та продаж пропозиції цінності». Платформа професійного розвитку Prometheus. URL: <https://prometheus.org.ua/prometheus-free/marketing-value-proposition/>

Безкоштовний курс «Цифрові медіа та основи маркетингу». Платформа професійного розвитку Prometheus. URL: <https://prometheus.org.ua/prometheus-free/digital-media-and-marketing/>

Безкоштовний курс «Менеджер з маркетингу». Платформа професійного розвитку Prometheus. URL: <https://prometheus.org.ua/prometheus-plus/marketing-manager-free/>

Безкоштовний курс «Діджитал-маркетинг для школярів та студентів». Платформа ДіяОсвіта. URL: <https://osvita.diia.gov.ua/courses/digital-marketing>

Безкоштовний курс «Менеджер із цифрового маркетингу». Платформа ДіяОсвіта. URL: Безкоштовний курс «Діджитал-маркетинг для школярів та студентів». Платформа ДіяОсвіта. URL: <https://osvita.diia.gov.ua/courses/digital-marketing>

В інформальній освіті:

- наявність наукової публікації;
- волонтерська діяльність.

12. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна.

Вивчення курсу потребує використання загальнонавчаних програм і операційних систем, а також презентаційного обладнання, навчальні площі, обладнання і програмне забезпечення навчальних аудиторій і лабораторій університету.

13. Рекомендована література

Основна

1. Буторіна В.Б., Марусей Т.В. PR та бізнес-комунікації підприємств туризму і гостинності [Електронне видання]. Кам'янець-Подільський: Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2025. 153 с. URL : <http://elar.kpnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/8644>
2. Білоконенко Л. А. Основи рекламознавства : практикум. Кривий Ріг : КДПУ, 2020. 112 с.

3. Голда М.Н. Реклама і рекламна діяльність : консп. лекц. Тернопіль : ТНТУ імені Івана Пулюя, 2018. 173 с.

4. Іванечко Н. Управління рекламною діяльністю: навч. посібник. Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2022. 88 с.

5. Мальська М., Паньків Н. Іміджеологія і PR у туризмі. Київ : Каравела, 2023. 246 с.

Допоміжна

6. Балабанова Л.В., Юзик Л.О. Рекламний менеджмент : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 366 с.

7. Білоконенко Л. А. Основи рекламознавства : практикум. Кривий Ріг : КДПУ, 2020. 112 с.

8. Буторіна В.Б. Тенденції розвитку медійної складової рекламно-комунікаційного ринку України. *Причорноморські економічні студії: науковий журнал*. 2019. Вип. 43/2019. С. 305–308.

9. Буторіна В.Б. Механізм використання інструментарію психологічного впливу реклами на споживача. *Причорноморські економічні студії: науковий журнал*. 2020. Вип. 54. С. 85–91.

10. Буторіна В. Б. Ковтуник І. І. Особливості комплексу маркетингу та організація діяльності санаторно-курортних закладів Хмельницької області. *Ефективна економіка*. № 1. 2025. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/5560>. <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.1.40>

11. Буторіна В.Б. Тенденції розвитку медійної складової рекламно-комунікаційного ринку України. *Причорноморські економічні студії: науковий журнал*. 2019. Вип. 43/2019. С. 305–308.

12. Буторіна В.Б. Механізм використання інструментарію психологічного впливу реклами на споживача. *Причорноморські економічні студії: науковий журнал*. 2020. Вип. 54. С. 85–91.

13. Буторіна В.Б., Свідер О. Аналіз маркетингових цінових стратегій підприємств. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2021. Вип. 49. С. 61–69.

14. Голда М.Н. Реклама і рекламна діяльність : консп. лекц. Тернопіль : ТНТУ імені Івана Пулюя, 2018. 173 с.

15. Дячук В. П. Іміджологія. Соціокультурний вимір : навч. посіб. Київ : Видавництво Ліра-К, 2017. 308 с.

16. Іванечко Н. Управління рекламною діяльністю: навч. посібник. Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2022. 88 с.

17. Кудінова І. П. Роль бренду у забезпеченні конкурентоспроможності туристичних підприємств. *Бренд-менеджмент : маркетингові технології : Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 11 березня 2021 р.) / відп. ред. А.А. Мазаракі*. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2021. 394 с., С. 50-52.

18. Лищенко М.О., Макаренко Н.О., Макарова В.В., Муштай В.А.

Маркетингове дослідження ринку туристичних послуг: монографія. Суми: Вид-во «Університетська книга», 2023. 124с

19. Мальська М., Паньків Н. Іміджеологія і PR у туризмі. Київ : Каравела, 2023. 246 с.

20. Марусей Т.В., Буторіна В.Б., Славіна Н.А. Інноваційні бізнес-комунікації в маркетинговій діяльності туристичних та готельно-ресторанних підприємств. Економіка та суспільство. № 70. 2025. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5165>

21. 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 ULR: <https://modecon.mnau.edu.ua/issue/38-2023/mushtai.pdf>

22. Малинка О.Я. Концепція формування бренду туристичного регіону. *Регіональна економіка*. 2018. №1. 40-47.

23. Оболенцева Л. В., Костіна К. М. Туристичний імідж території: проблеми формування, управління та розвитку. Збірник наукових праць ЧДТУ. Серія: Економічні науки. 2019. Вип. 52. С. 56–64. URL: <https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/1715/1/9.pdf>

24. Примак Т. Ю., Павленко М. Л. Сутнісний підхід до формування іміджу туристичної дестинації. Ефективна економіка. 2022. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=10007> (дата звернення: 02.06.2025). DOI: 10.32702/2307-2105-2022.2.70

25. Римар С. Т., Никига О. В. Комплексний підхід до формування позитивного іміджу туристичної дестинації. *Економіка та суспільство*. Випуск # 75 / 2025. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-75-30>

26. Трапаїдзе С., Белкін І. Сучасні тенденції розвитку маркетингу у туризмі. Актуальні питання у сучасній науці. 2023. № 11(17). С. 43–59

Інформаційні ресурси

1. Державне агенство з розвитку туризму URL: <https://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення: 25.08.2024).

2. Бібліотека КПНУ ім. І. Огієнка *library.kpnu.edu.ua* URL: <https://library.kpnu.edu.ua/> (дата звернення: 28.08.2023).

3. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу. URL: <http://uam.in.ua/rus/standarts/>

4. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації [Електронний ресурс]. URL: <https://unwto.org>

5. Про туризм. Закон України № 325/95-ВР від 15.09.1995 із змінами № 768-IX від 14.07.2020. ULR: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>

6. Безкоштовний курс «Цифровий маркетинг». Платформа професійного розвитку Prometheus. URL: <https://prometheus.org.ua/prometheus-free/digital-marketing/>
7. Безкоштовний курс «Маркетинг: розробка та продаж пропозиції цінності». Платформа професійного розвитку Prometheus. URL: <https://prometheus.org.ua/prometheus-free/marketing-value-proposition/>
8. Безкоштовний курс «Цифрові медіа та основи маркетингу». Платформа професійного розвитку Prometheus. URL: <https://prometheus.org.ua/prometheus-free/digital-media-and-marketing/>
9. Безкоштовний курс «Менеджер з маркетингу». Платформа професійного розвитку Prometheus. URL: <https://prometheus.org.ua/prometheus-plus/marketing-manager-free/>
10. Безкоштовний курс «Діджитал-маркетинг для школярів та студентів». Платформа ДіяОсвіта. URL: <https://osvita.diia.gov.ua/courses/digital-marketing>
11. Безкоштовний курс «Менеджер із цифрового маркетингу». Платформа ДіяОсвіта. URL: <https://osvita.diia.gov.ua/courses/digital-marketing>