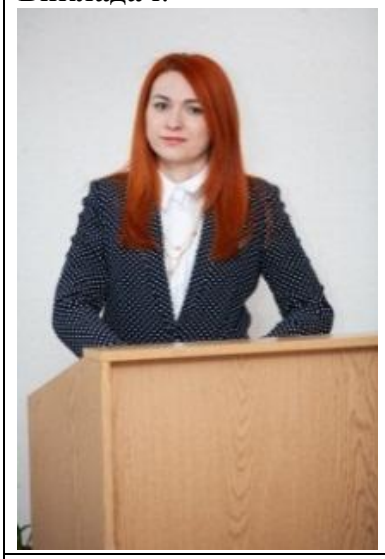
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка	**Силабус навчальної дисципліни** «БРЕНДИНГ У HORECA» **Для усіх освітніх програм спеціальностей університету другого (магістерського) рівня вищої освіти**
Структурний підрозділ	Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи, природничо-економічний факультет
Викладач: 	**Прізвище, ім'я, по батькові:** Буторіна Вероніка Борисівна **Посада:** доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи **Науковий ступінь:** кандидат економічних наук **E-mail:** butorina@kpnu.edu.ua **Робоче місце:** навчальний корпус № 9 (вул. Павла Скоропадського, 52), 110 ауд. (кафедра туризму та готельно-ресторанної справи). **ORCID:** *https://orcid.org/0000-0002-6657-5718* **Профайл викладача:** https://moodle.kpnu.edu.ua/my/courses.php https://kaf-ep.kpnu.edu.ua/butorina-veronika-borysivna/
Лінк на освітній контент дисципліни	https://moodle.kpnu.edu.ua/course/view.php?id=1800
Статус дисципліни	Вибірковий освітній компонент професійної підготовки
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС / години	4 кредити ЄКТС / 120 год
Мова викладання	Українська
Форми навчання	Денна
Політика дисципліни	**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/ **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. **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
Що будемо вивчати?	Запропонований курс спрямований на формування знань, умінь та навичок у здобувачів вищої освіти щодо організаційних аспектів створення бренду, його цілей та компонентів у сфері HoReCa; характеристики інформаційних кампаній для готельно-ресторанної справи; ефектів впливу брендингу; ознайомлення з процесом формування бренду підприємства гостинності.
Чому це треба вивчати?	Метою навчальної дисципліни «Брендинг у HoReCa» є засвоєння студентами видів брендингу, особливостей бренлингу, механізмів його створення та впливу у сфері HoReCa.
Яких результатів можна досягнути?	**У результаті вивчення** дисципліни здобувачі повинні **знати**: • професійну термінологію, що існує в даній сфері; • історію становлення та розвитку брендингу; • сутність PR та психологічні особливості цього явища; • види брендингу; • особливості створення бренду, взаємодія зі ЗМІ, участь індивідів, груп, владних структур у просуванні бренду; • особливості впливу іміджмейкерства на індивіда,

	групи, суспільство; • особливості брендингу підприємств гостинності.
Як можна використати набуті знання та уміння?	**Вміти:** • вибирати джерела та канали інформації, систематизувати та обробляти інформацію; • здійснювати документальний, фактографічний та семантичний пошук інформації, узагальнювати соціально-психологічну інформацію, формулювати висновки та пропозиції; • враховувати моральні переконання та смакові уподобання при здійсненні безпечної та ефективної діяльності; • розробляти та надавати рекомендації щодо організації та проведення брендингу на замовлення туристичних організацій; • розробляти рекомендації щодо створення і підтримки позитивного іміджу туристичної організації.
Зміст дисципліни	Сутність, зміст та історія розвитку PR. Психологічні аспекти PR-технологій. Вимоги до створення інформаційного продукту PR. Основні засоби і заходи брендингу в сфері туризму. Реклама у діяльності туристичної організації. Організація та технологічні особливості брендингу. Кризовий PR та його особливості для туристичної фірми. Роль брендингу у досягненні ефективної роботи туристичної організації. Формування іміджу туристичної організації.
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).
Інформаційне забезпечення	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. Іванечко Н. Управління рекламною діяльністю: навч. посібник. Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2022. 88 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. Білоконенко Л. А. Основи рекламознавства : практикум. Кривий Ріг : КДПУ, 2020. 112 с. 7. Буторіна В.Б. Механізм використання інструментарію психологічного впливу реклами на споживача.

Причорноморські економічні студії: науковий журнал. 2020. Вип. 54. С. 85–91.
8. 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
9. Буторіна В.Б. Тенденції розвитку медійної складової рекламно-комунікаційного ринку України. *Причорноморські економічні студії: науковий журнал.* 2019. Вип. 43/2019. С. 305–308.
10. Буторіна В.Б. Механізм використання інструментарію психологічного впливу реклами на споживача. *Причорноморські економічні студії: науковий журнал.* 2020. Вип. 54. С. 85–91.
11. Буторіна В.Б., Свідер О. Аналіз маркетингових цінових стратегій підприємств. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2021. Вип. 49. С. 61–69.
12. 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.
13. Лишенко М.О., Макаренко Н.О., Макарова В.В., Муштай В.А. Маркетингове дослідження ринку туристичних послуг: монографія. Суми: Вид-во «Університетська книга», 2023. 124с
14. Мальська М., Паньків Н. Іміджеологія і PR у туризмі. Київ : Каравела, 2023. 246 с.
15. 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
16. Муштай В.А., Лишенко 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
17. 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
18. 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
19. 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
20. Трапаідзе С., Бєлкін І. Сучасні тенденції розвитку

<table>
<tr><td></td><td>маркетингу у туризмі. Актуальні питання у сучасній науці. 2023. № 11(17). С. 43–59</td></tr>
<tr><td>Обсяг дисципліни (години) та види занять</td><td>Лекційні заняття (20 год.), практичні заняття (20 год.), самостійна робота (80 год.)</td></tr>
<tr><td>Система оцінювання результатів навчання</td><td>Система контролю знань студентів з дисципліни включає в себе поточний контроль, модульний контроль, оцінювання виконання самостійної роботи та підсумкове оцінювання знань студентів. Зазначені форми контролю організовуються так, щоб стимулювати ефективну навчальну і самостійну роботу студентів протягом семестру і забезпечити об’єктивне оцінювання їхніх знань.
Структура оцінювання предмету «Брендинг у HoReCa»:
<table>
<tr><th colspan="3">Поточний і модульний контроль (100 балів)</th><th>Сума</th></tr>
<tr><td colspan="3">Змістовий модуль 1 (26 балів)</td><td rowspan="3">100 балів</td></tr>
<tr><td>Поточний контроль</td><td>МКР</td><td>ІНДЗ</td></tr>
<tr><td>40 балів</td><td>50 балів</td><td>10 балів</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>Критерії оцінювання знань, умінь, навичок студентів на навчальних заняттях</td><td>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
Максимальний бал оцінки поточної успішності студентів на навчальних заняттях рівний 12.
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,</td></tr>
</table>

	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 за навчальні заняття, поточна успішність інтегрується у 100-бальну систему за формулою **(середній бал*0,05+0,4)*20** за кожним змістовим модулем, де 20 це максимальна кількість балів, виділена на оцінювання успішності за навчальні заняття. **Критерії оцінювання модульної контрольної роботи:** Після вивчення освітнього компоненту здобувачі пишуть модульну контрольну роботу. Модульна контрольна робота виконується у письмовій формі. До її написання допускаються усі здобувачі. Позитивну оцінку за МКР не рекомендується покращувати. Невиконання МКР оцінюється 0 балів. Здобувачі вищої освіти, які за результатами виконання модульних контрольних робіт 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 і виконання тестів. Максимальна кількість балів за кожну з двох МКР – 25. Для зарахування модульної контрольної роботи мінімальна кількість набраних балів повинна становити не менше 15, у іншому випадку МКР потрібно виконати повторно. **«відмінно» 23-25 балів** 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» 19-22 балів** 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» 15-18 балів** 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» 0-14 балів** 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 роботи** *Робота оцінюється в 5 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 аналіз ринкової кон'юнктури в контексті проблематики; робота

<table>
<tr><td></td><td>розгорнуто розкриває заявлену тему.
Робота оцінюється в 3-4 бали, 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 1-2 бали, якщо: представлена власна точка зору (позиція, ставлення) при розкритті проблеми; проблема розкрита на буденному (а не теоретичному) рівні; аргументація власної думки слабко 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.
Підсумкове оцінювання знань студента відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 «Положення про організацію освітнього процесу КПНУ» введеного в дію наказом від 26.02.2020 № 25-ОД.
<table>
<tr><th>Рейтингова оцінка</th><th>За шкалою ECTS</th><th>Рекомендовані системою ECTS статистичні значення</th><th>Залікова оцінка</th></tr>
<tr><td>90-100</td><td>A (відмінно)</td><td>10</td><td rowspan="5">зараховано</td></tr>
<tr><td>82-89</td><td>B (дуже добре)</td><td>25</td></tr>
<tr><td>75-81</td><td>C (добре)</td><td>30</td></tr>
<tr><td>67-74</td><td>D (задовільно)</td><td>25</td></tr>
<tr><td>60-66</td><td>E(достатньо)</td><td>10</td></tr>
<tr><td>35-59</td><td>FX (незадовільно з можливістю повторного складання)</td><td></td><td rowspan="2">не зараховано</td></tr>
<tr><td>34 і менше</td><td>F (незадовільно з обов’язковим проведенням додаткової роботи щодо вивчення навчального матеріалу кредитного модуля)</td><td></td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>Підсумковий контроль</td><td>Залік</td></tr>
<tr><td>Локація</td><td>Згідно з розкладом
https://kpnu.edu.ua/rozklad-zaniat/</td></tr>
</table>