

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ

**Навчально-науковий інститут денної освіти
Кафедра готельно-ресторанної та курортної справи**

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри

 Т.В. Капліна
(підпис) (ініціали, прізвище)

«30» серпня 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА

навчальної дисципліни **«Іміджелогія в готельно-ресторанному бізнесі»**

освітня програма/спеціалізація **«Готельно-ресторанна справа»**

спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа
(код) (назва спеціальності)

галузь знань 24 Сфера обслуговування
(код) (назва галузі знань)

ступінь вищої освіти бакалавр
(бакалавр, магістр, доктор філософії)

Робоча програма навчальної дисципліни **«Іміджелогія в готельно-ресторанному бізнесі»** схвалена та рекомендована до використання в освітньому процесі на засіданні кафедри готельно-ресторанної та курортної справи
Протокол від «30» серпня 2023 року № 2

Полтава 2023

Укладачі: Кирніс Н. І., старша викладачка кафедри готельно-ресторанної та курортної справи, к. е. н.

ПОГОДЖЕНО:

Гарант освітньої програми «Готельно-ресторанна справа»
спеціальності Готельно-ресторанна справа ступеня бакалавр


(підпис)

О. В. Володько
(ініціали, прізвище)

«30» серпня 2023 року

ЗМІСТ

Розділ 1. Опис навчальної дисципліни	4
Розділ 2. Перелік компетентностей та програмні результати навчання.....	4
Розділ 3. Програма навчальної дисципліни.....	5
Розділ 4. Тематичний план вивчення навчальної дисципліни.....	6
Розділ 5. Оцінювання результатів навчання.....	11
Розділ 6. Інформаційні джерела.....	12
Розділ 7. Програмне забезпечення навчальної дисципліни.....	12

Розділ 1. Опис навчальної дисципліни

Таблиця 1.1 – Опис навчальної дисципліни «Іміджологія в готельно-ресторанному бізнесі» для студентів спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа», освітня програма «Готельно-ресторанна справа» (термін навчання 3 роки 10 місяців)

Місце у структурно-логічній схемі підготовки	<i>Пререквізити:</i> «Основи культури гостинності і споживання їжі», «Персональний розвиток та лідерство», «Ділова українська мова», «Якість обслуговування в готелях і ресторанах» <i>Постреквізити:</i> «Стратегічний менеджмент в готельно-ресторанному бізнесі», «Професійна етика та етикет в готельно-ресторанній індустрії»	
Мова викладання	українська	
Статус дисципліни вибіркова		
Курс/семестр вивчення	3/5	
Кількість кредитів ЄКТС/ кількість модулів	5/2	
Денна форма навчання:		
Кількість годин: – загальна кількість: 5 семестр - 150.		
- лекції: 5 семестр - 20		
- практичні (семінарські, лабораторні) заняття: 5 семестр 40		
- самостійна робота: 5 семестр 90		
- вид підсумкового контролю (ПМК, екзамен): ПМК		

Розділ 2. Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Мета: Набуття майбутніми фахівцями теоретичних знань і практичних навичок, що дають змогу самостійно формувати бажаний імідж персоналу та організації в готельно-ресторанному бізнесі.

Таблиця 2 – Перелік компетентностей, які підсилює дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач	Програмні результати навчання
<p>ЗК 04. Навички використання комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК 05. Здатність працювати в команді.</p> <p>СК 04. Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії.</p> <p>СК 21. Здатність демонструвати усвідомлену поведінку на основі традиційних загальнолюдських цінностей гостинності.</p>	<p>РН 03. Вільно спілкуватися з професійних питань державною та іноземною мовами усно і письмово.</p> <p>РН 08. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами готельних та ресторанных послуг</p> <p>РН 19. Діяти у відповідності з принципами соціальної відповідальності та громадянської свідомості</p> <p>РН 29. Володіти навичками створення сприятливого індивідуального іміджу і підтримки репутації своєї організації.</p>

Розділ 3. Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Історія та основні етапи розвитку іміджу. Виникнення та розвиток іміджу в Україні. Американська, західноєвропейська й вітчизняна традиції іміджування XIX-XX ст.

Тема 2. Імідж: поняття, сфера застосування та методологія в готельно-ресторанному бізнесі. Імідж як базова категорія. Імідж: обсяги поняття та сфери функціонування. Методологія іміджу в готельно-ресторанному бізнесі.

Тема 3. Складові іміджу в готельно-ресторанному бізнесі. Типи іміджу. Сутнісні характеристики іміджу. Класифікація іміджів. Основні вимоги до створення позитивного образу. Імідж та репутація, імідж та бренд – спільне і відмінне

Тема 4. Побудова іміджу особистості в готельно-ресторанному бізнесі. Теоретичні аспекти само презентації. Складові іміджу особистості. Класифікація складових. Частини фонового іміджу. Вербальний імідж. Ментальний імідж. Структура особистісного іміджу.

Тема 5. Імідж підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Функції іміджу. Корпоративний імідж: суть, основні характеристики. Чинники впливу на створення позитивного корпоративного іміджу. Етапи формування іміджу компанії.

Тема 6. Інструментарій іміджелогії. Позичіонування. Маніпулювання. Концентрація уваги. Імідж як спосіб візуальної комунікації. Моделі візуальної комунікації.

Тема 7. Імідж лідера. Іміджелогія в сфері готельно-ресторанного бізнесу. Основні складові іміджу керівника. Якості лідера, які впливають на формування корпоративного іміджу.

Тема 8. Імідж-реклама в готельно-ресторанному бізнесі. Завдання і функції імідж-реклами. Основні правила вибору носія реклами. Слоган як основна рекламна константа.

Розділ 4. Тематичний план навчальної дисципліни

Таблиця 4.1 - Тематичний план навчальної дисципліни «Іміджологія в готельно-ресторанному бізнесі» для студентів спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа», освітня програма «Готельно-ресторанна справа» (термін навчання 3 роки 10 місяців)

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання семінарського, практичного або лабораторного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
1	2	3	4	5	6
МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ІМІДЖЕЛОГІЇ					
Тема 1. Історія та основні етапи розвитку іміджу 1. Виникнення та розвиток іміджу в Україні. 2. Американська, західноєвропейська й вітчизняна традиції іміджування XIX-XX ст.	2	Практичне заняття 1 Історія та основні етапи розвитку іміджу 1. Протоіміджеві явища в Стародавньому світі. 2. Імідж у Давньому Єгипті. 3. Формування іміджевої стратегії в Античний період. 4. Категорія іміджу в Середні віки. 5. Виникнення та розвиток іміджу в Україні.	2	Підготувати доповіді на тему «Основні етапи формування іміджу». Відтворити хронологію появи іміджології як науки.	11
		Практичне заняття 2 Історія та основні етапи розвитку іміджу 1. Американська, західноєвропейська й вітчизняна традиції іміджування XIX-XX ст. 2. Внесок З. Фрейда та А. Маслоу в науку про іміджологію.	2		
Тема 2. Імідж: поняття, сфера застосування та методологія в готельно-ресторанному бізнесі 1. Імідж як базова категорія. 2. Імідж: обсяги поняття та сфери функціонування. 3. Методологія іміджу в готельно-ресторанному бізнесі	2	Практичне заняття 3 Імідж: поняття, сфера застосування 1. Імідж та його природа. 2. Функції іміджології. 3. Основні теоретичні підходи до визначення поняття «імідж».	4	Ознайомитися із методологією в іміджології, вказати переваги та недоліки методології.	11
		Практичне заняття 4 Імідж. Методологія в готельно-	4		

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання семінарського, практичного або лабораторного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
1	2	3	4	5	6
		<p align="center">ресторанному бізнесі</p> <p>1. Імідж: обсяги поняття та сфери функціонування. 2. Поняття «імідж» і «репутація», «самоімідж», «самореклама». 3. Методологічна база іміджелогії.</p>			
<p>Тема 3. Складові іміджу в готельно-ресторанному бізнесі. Типи іміджу</p> <p align="center">Лекція 1.</p> <p>1. Типи іміджів. 2. Сутнісні характеристики іміджу. 3. Класифікація іміджів.</p> <p align="center">Лекція 2</p> <p>1. Основні вимоги до створення позитивного образу. 2. Імідж та репутація, імідж та бренд – спільне і відмінне</p>	<p align="center">2</p> <p align="center">2</p>	<p align="center">Практичне заняття 5</p> <p align="center">Складові іміджу в готельно-ресторанному бізнесі. Типи іміджу</p> <p>1. Основні закономірності побудови іміджу. 2. Алгоритм формування іміджу. 3. Основні засади психологічних тактик формування іміджу. 4. Основні чинники впливу на сприйняття іміджу.</p> <p align="center">Практичне заняття 6</p> <p align="center">Складові іміджу в готельно-ресторанному бізнесі. Типи іміджу</p> <p>1. Типи іміджів. 2. Сутнісні характеристики іміджу. 3. Класифікація іміджів. 4. Основні вимоги до створення позитивного образу. 5. Імідж та репутація, імідж та бренд – спільне і відмінне.</p>	<p align="center">2</p> <p align="center">2</p>	<p>Підготувати доповіді та презентації на теми: «Складові іміджу в готельно-ресторанному бізнесі», «Типи іміджу».</p>	<p align="center">11</p>
<p>Тема 4. Побудова іміджу особистості в готельно-ресторанному бізнесі. Тео-</p>	<p align="center">2</p>	<p align="center">Практичне заняття 7</p> <p>Побудова іміджу особистості в готельно-ресторанному бізнесі. Тео-</p>	<p align="center">2</p>	<p>1. Розробіть особистісний імідж партнера в ресторанному та готельному бізнесі. 2. Розробіть власний особистісний</p>	<p align="center">11</p>

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання семінарського, практичного або лабораторного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
1	2	3	4	5	6
<p>ретичні аспекти самопрезентації</p> <p>1. Складові іміджу особистості. Класифікація складових.</p> <p>2. Частини фонового іміджу. Вербальний імідж. Ментальний імідж.</p> <p>3. Структура особистісного іміджу.</p>		<p>оретичні аспекти самопрезентації</p> <p>1. Складові іміджу особистості.</p> <p>2. Класифікація складових.</p> <p>3. Частини фонового іміджу.</p> <p>4. Вербальний імідж.</p> <p>5. Ментальний імідж.</p> <p>Практичне заняття 8</p> <p>Побудова іміджу особистості в готельно-ресторанному бізнесі. Теоретичні аспекти самопрезентації</p> <p>1. Структура особистісного іміджу: зовнішній вигляд, іміджева символіка, соціально-рольові характеристики, індивідуально-особистісні властивості.</p> <p>2. Індивідуальний іміджевий портрет.</p> <p>3. Іміджефомуочі чинники.</p>	2	імідж.	
МОДУЛЬ 2. КОРПОРАТИВНИЙ ІМІДЖ					
<p>Тема 5. Імідж підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Функції іміджу</p> <p>1. Корпоративний імідж: суть, основні характеристики.</p> <p>2. Чинники впливу на створення позитивного корпоративного іміджу</p> <p>3. Етапи формування іміджу компанії.</p>	2	<p>Практичне заняття 9</p> <p>Імідж підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Функції іміджу</p> <p>1. Створення іміджу організації.</p> <p>2. Принципи створення корпоративного іміджу.</p> <p>3. Чинники впливу на створення позитивного корпоративного іміджу.</p> <p>4. Типи корпоративного іміджу.</p> <p>5. Структура та компоненти.</p>	4	Розробити план заходів для створення позитивного: 1.1 Внутрішнього іміджу організації; 1.2 Зовнішнього іміджу організації	11

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кільк ість годин	Назва теми та питання семі- нарського, практичного або лабораторного заняття	Кіль- кість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кіль- кість годин
1	2	3	4	5	6
		2. Тренінг: структура, види, базові техніки. 3. Соціально-психологічний розви- ток груп і створення команд в організації			
Тема 8. Імідж-реклама в готельно-ресторанному біз- несі 1. Завдання і функції імідж- реклами. 2. Основні правила вибору носія реклами. 3. Слоган як основна реклам- на константа.	2	Практичне заняття 13 Імідж-реклама в готельно- ресторанному бізнесі 1. Основні правила вибору носія реклами. 2. Слоган як основна рекламна кон- станта. 3. Критерії підбору моделей для проведення рекламних акцій. 4. Вплив національної культури на рекламний продукт.	4	1. Розробити елементи іміджевої рекла- ми для підприємства готельного госпо- дарства. 2. Розробити елементи іміджевої рекла- ми для підприємства ресторанного гос- подарства.	12
Всього	20		40		90

Розділ 5 Система оцінювання знань студентів

Таблиця 5.1 – Розподіл балів за результатами вивчення освітньої компоненти

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-4): відвідування занять (8 балів); захист домашнього завдання (8 балів); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (8 балів); завдання самостійної роботи (8 балів); тестування (4 бали); поточна модульна робота (10 балів)	50
Модуль 2 (теми 5-8): відвідування занять (8 балів); захист домашнього завдання (8 балів); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (8 балів); завдання самостійної роботи (8 балів); тестування (4 бали); поточна модульна робота (10 балів)	50
Разом	100

Таблиця 5.2 – Система нарахування додаткових балів за видами робіт з вивчення навчальної дисципліни

Форма роботи	Вид роботи	Бали
1. Навчальна	1. Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань підвищеної складності	10
2. Науково-дослідна	1. Участь у наукових гуртках	10
	2. Участь у наукових студентських конференціях, університетських, міжвузівських, всеукраїнських, міжнародних	10

Таблиця 6 – Шкала оцінювання знань здобувачів вищої освіти за результатами вивчення освітньої компоненти

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90–100	A	Відмінно
82–89	B	Дуже добре
74–81	C	Добре
64–73	D	Задовільно
60–63	E	Задовільно достатньо
35–59	FX	Незадовільно з можливістю проведення повторного підсумкового контролю
0–34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни та проведенням підсумкового контролю

Розділ 6. Інформаційні джерела

Основні

1. Кирніс Н.І. Особливості формування іміджу ресторанів за спеціальними замовленнями (catering). *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*. 2023. Том 6, №1. С.37-47.
2. Надточий В.А. Имиджология в ресторанном бизнесе. Издательство: LAP Lambert Academic Publishing. 2018 . 350 с.
3. Приходченко Я.В. Іміджологія: конспект лекцій / Я. В. Приходченко. Донецьк: Донецький національний університет економіки і торгівлі, 2020. 49 с.
4. Бондаренко І. С. Іміджологія у системі гуманітарних знань: культурноосвітні стратегії. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2019. 320 с.
5. Azuayi, R. International Branding Strategies of Global Companies: A Case Study of Sony Ericson. *Arabian J Bus Manag Review* S2: 008. 2019. 250.

Розділ 7. Програмне забезпечення освітньої компоненти

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office.
- Спеціалізоване програмне забезпечення комп'ютерної підтримки освітнього процесу з навчальної дисципліни, яке включає перелік конкретних програмних продуктів: програмний засіб «Open Test 2.0». Тестування проводиться під час проведення занять (поточний контроль) і під час підсумкового контролю знань, дистанційний курс у системі дистанційного навчання ПУЕТ.