



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ (ЦНТУ)
Кафедра економіки, підприємництва
та готельно-ресторанної справи



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва курсу	Іміджологія в готельно-ресторанному бізнесі
Викладач	Зайченко Володимир Васильович, доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки, підприємництва та готельно-ресторанної справи
Контактний телефон викладача	+380504871253
Е-mail:	v_zaychenko@ukr.net
Обсяг та ознаки дисципліни	Вибіркова дисципліна професійної підготовки Форма контролю: залік Загальна кількість кредитів – 4, годин – 120. Формат: очний (offline / face to face) / дистанційний (online). Мова викладання: українська
Консультації	Консультації проводяться відповідно до графіку, розміщеному в інформаційному ресурсі moodle.kntu.kr.ua; у режимі відео конференцій Zoom, через електронну пошту, Viber, Telegram за домовленістю.
Пререквізити	Особливі вимоги відсутні.

1. Мета і завдання дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни «Іміджологія в готельно-ресторанному бізнесі» є набуття майбутніми фахівцями теоретичних знань і практичних навичок, що дають змогу самостійно формувати бажаний імідж персоналу та організації в готельно-ресторанному бізнесі, а також розуміти механізми впливу іміджу на конкурентоспроможність підприємства сфери гостинності. Вивчення дисципліни спрямоване на розвиток у студентів умінь застосовувати сучасні технології іміджевого менеджменту, забезпечувати позитивне сприйняття організації клієнтами й партнерами, підтримувати високі стандарти корпоративної культури та ділового спілкування.

Завдання дисципліни є:

– засвоєнні теоретичних основ іміджології та їх адаптації до сфери гостинності;

- формуванні знань про роль і значення іміджу персоналу та організації в системі готельно-ресторанного бізнесу;
- вивченні сучасних інструментів і технологій формування позитивного іміджу підприємств HoReCa;
- розвитку практичних навичок самопрезентації та ділового етикету персоналу;
- набутті досвіду створення та реалізації іміджевих стратегій організації;
- вихованні здатності підтримувати корпоративну культуру та дотримуватися високих стандартів професійного спілкування;
- формуванні умінь оцінювати ефективність іміджевих заходів та їх вплив на конкурентоспроможність підприємства.

2. Результати навчання

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен отримати:

знати:

- сутність, структуру та функції іміджу в системі готельно-ресторанного бізнесу;
- теоретичні основи іміджології та концепції іміджевого менеджменту;
- сучасні методи та інструменти формування позитивного іміджу організації й персоналу;
- принципи корпоративної культури, ділового етикету та їх вплив на репутацію підприємства;
- особливості впровадження іміджевих стратегій у діяльності підприємств HoReCa.

вміти:

- застосовувати методи формування та підтримки позитивного іміджу організації й працівників;
- організовувати комунікаційні заходи для створення привабливого образу підприємства у сфері гостинності;
- здійснювати самопрезентацію та дотримуватися норм професійного етикету;
- розробляти та реалізовувати іміджеві програми з урахуванням потреб цільової аудиторії;
- оцінювати ефективність іміджевих стратегій і вносити пропозиції щодо їх удосконалення.

набути соціальні навички (soft skills):

- навички професійної комунікації та взаємодії з клієнтами, партнерами й колегами;
- здатність працювати в команді над створенням і підтримкою корпоративного іміджу;
- креативність у пошуку нових іміджевих рішень для підприємств сфери HoReCa;

– відповідальність та організованість у підтриманні професійного та особистісного іміджу.

3. Політика курсу та академічна доброчесність

Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлювати наслідки її порушення.

При організації освітнього процесу в Центральнотукаїнському національному технічному університеті здобувачі вищої освіти, викладачі та адміністрація діють відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу; Положення про організацію вивчення вибіркового навчальних дисциплін та формування індивідуального навчального плану ЗВО; Кодексу академічної доброчесності ЦНТУ.

4. Програма навчальної дисципліни

Змістовний модуль 1. Теоретико-методологічні засади іміджелогії.

Тема 1. Історія та основні етапи розвитку іміджу.

Тема 2. Імідж: поняття, сфера застосування та методологія в готельно ресторанному бізнесі.

Тема 3. Складові іміджу в готельно ресторанному бізнесі. Типи іміджу.

Тема 4. Побудова іміджу особистості в готельно ресторанному бізнесі. Теоретичні аспекти самопрезентації.

Змістовний модуль 2. Корпоративний імідж.

Тема 5. Імідж підприємств готельно ресторанного бізнесу. Функції іміджу.

Тема 6. Інструментарій іміджелогії. Позиціонування. Маніпулювання. Концентрація уваги.

Тема 7. Імідж лідера. Іміджелогія в сфері готельно ресторанного бізнесу.

Тема 8. Імідж країни.

5. Система оцінювання та вимоги

Види контролю: поточний, підсумковий.

Методи контролю: спостереження за навчальною діяльністю здобувачів, усне опитування, письмовий контроль.

Рейтинг здобувачів вищої освіти із засвоєння дисципліни визначається за 100 бальною шкалою, у тому числі:

- перший рубіжний контроль – 50 балів;
- другий рубіжний контроль – 50 балів.

Семестровий залік полягає в оцінці рівня засвоєння здобувачем вищої освіти навчального матеріалу на лекційних і практичних заняттях та виконання індивідуальних завдань за стобальною, дворівневою («зараховано», «не зараховано») та шкалою ЄКТС результатів навчання.

6. Рекомендовані джерела інформації:

Основні

1. Гомілка Д. С., Кирніс Н. І. Застосування PR-технологій у готельному бізнесі. Актуальні питання розвитку науки та забезпечення якості освіти у XXI столітті : тези доповідей XLVII Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2023 рік (м. Полтава, 25 квітня 2024 р.). Полтава : ПУЕТ, 2024. С. 541-544.
2. Держак Н. О., Канцур І. Г., Сніжко Ю. І. Формування емоційних складових “економіки вражень” в готельно-ресторанному бізнесі. *Efektivna ekonomika*. 2024. № 6. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.6.67>.
3. Коваль О. Д. Впровадження тренінгових технологій в готельно-ресторанному бізнесі. *Науковий вісник ужгородського університету. серія «економіка»*. 2024. № 1(63). С. 156–163. URL: [https://doi.org/10.24144/2409-6857.2024.1\(63\).156-163](https://doi.org/10.24144/2409-6857.2024.1(63).156-163).
4. Руденко В. В. Сучасні тренди у ресторанному бізнесі. *Екзистенційні виклики освіти, науки, безпеки та здоров'я в сучасних умовах: пошуки молодих вчених*. 2024. С. 155–157. URL: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-479-8-43>.

Додаткові:

1. Баландіна І. Підприємництво в готельно-ресторанному бізнесі. *Наукові інновації та передові технології*. 2022. № 3 (5). URL: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-3\(5\)-35-44](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-3(5)-35-44).
2. Самойленко А. О., Кірпи́чова К. К. Соціальні мережі та їх роль у готельно-ресторанному бізнесі. *Перспективи стабільного економічного розвитку та економічної безпеки: світовий досвід та вітчизняні реалії*. 2024. URL: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-441-5-18>.
3. Серєда Н., Піюренко І. Інноваційна діяльність в готельно-ресторанному бізнесі. *Економіка та суспільство*. 2023. № 55. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-58>.
4. Язіна В. Сучасні hr-тренди у готельно-ресторанному бізнесі. *Економіка та суспільство*. 2025. № 72. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-166>.
5. Mendela I. Y., Rumiantseva I. B. Соціальні медіа в готельно-ресторанному бізнесі. *The actual problems of regional economy development*. 2023. Т. 2, № 19. С. 41–48. URL: <https://doi.org/10.15330/apred.2.19.41-48>.