



**Силабус навчальної дисципліни**  
**«Репутаційний маркетинг»**

Спеціальність	242 «Туризм і рекреація»
Освітня програма	Туризм
Освітній рівень	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	Вибіркова
Мова викладання, навчання та оцінювання	Українська
Курс / семестр	2 курс 3 семестр або 2 курс 4 семестр, або 3 курс 5 семестр, або 3 курс 6 семестр, або 4 курс 7 семестр, або 4 курс 8 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	5 кредитів
Розподіл годин за формами освітнього процесу та видами навчальних занять	Лекції – 24 год. Практичні (семінарські) – 24 год. Лабораторні – 0 год. Самостійна робота – 102 год.
Форма семестрового контролю	Екзамен
Кафедра	Кафедра туризму, 1 корпус, ауд. 316, тел. (057)758-77-26 (дод. 451), сайт кафедри: <a href="http://tourism.hneu.edu.ua/">http://tourism.hneu.edu.ua/</a>
Викладач (-і)	Суцєнко Олена Анатоліївна, д.е.н., професор
Контактна інформація викладача (-ів)	<a href="mailto:helen.sushchenko@gmail.com">helen.sushchenko@gmail.com</a>
Дні навчальних занять	Лекція: <a href="#">згідно діючого розкладу занять</a> Практичні: <a href="#">згідно діючого розкладу занять</a>
Консультації	На кафедрі туризму, очні, відповідно до графіку консультацій, індивідуальні, чат в ПНС
<p>Мета навчальної дисципліни: є формування системи теоретичних знань та практичних навичок щодо управління репутацією бренду/підприємства, проведення комплексу робіт, спрямованих на управління репутацією та іміджем бренду в інтернеті; моніторингу інформації щодо бренду, яку розміщено в онлайн; використання здобутих під час навчання знань для використання маркетингового інструментарію щодо здійснення заходів з формування, підтримки та відновлення репутації бренду.</p>	
<p><b>Структурно-логічна схема вивчення дисципліни:</b></p>	
<b>Пререквізити</b>	<b>Постреквізити</b>
-	-
-	-
<p><b>Зміст навчальної дисципліни</b></p>	
Змістовий модуль 1. Ділова репутація та маркетингова діяльність.	
Тема 1. Інтернет-реклама як бізнес-процес.	
Тема 2. Реклама як процес маркетингової діяльності.	
Тема 3. Основи бренд-менеджменту та управління брендами	
Тема 4. Ділова репутація. Аналіз репутації бренду/підприємства.	
Змістовий модуль 2. Маркетинговий інструментарій управління репутацією бренду / підприємства.	
Тема 5. Створення інформаційної основи репутації бренду/підприємства.	
Тема 6. Управління репутацією в пошукових системах.	
Тема 7. Технології управління репутацією бренду/підприємства.	
Тема 8. Розробка маркетингової стратегії управління репутацією бренду/підприємства.	
<p><b>Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни</b></p>	
Мультимедійний проектор, ПНС ХНЕУ ім.С.Кузнеця, ZOOM	
<p><b>Форми та методи оцінювання</b></p>	
Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів	



навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, практичних (семінарських) занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту скласти іспит – 35 балів).

Підсумковий контроль результатів навчання у студентів здійснюється на підставі проведення семестрового екзамену. Результат семестрового екзамену оцінюється в балах (максимальна кількість – 40 балів, мінімальна кількість, що зараховується, – 25 балів). Студента слід вважати атестованим, якщо сума балів, одержаних за результатами підсумкової/семестрової перевірки успішності, дорівнює або перевищує 60. Мінімумально можлива кількість балів за поточний і модульний контроль упродовж семестру – 35 та мінімумально можлива кількість балів, набраних на екзамені – 25.

Поточний контроль включає наступні контрольні заходи: виконання завдань з певної теми; тестування; презентації та написання есе.

***Більш детальна інформація щодо системи оцінювання та накопичування балів з навчальної дисципліни наведена у робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.***

#### **Політики навчальної дисципліни**

Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво, необ'єктивне оцінювання. За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти притягуються до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання відповідного виду навчальної роботи

***Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм та методів оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни.***