

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**

Факультет туризму

Кафедра готельно-ресторанної та курортної справи

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Економіка вражень у сфері гостинності**

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Освітня програма: «Міжнародний готельний бізнес»  
Спеціальність: J2 «Готельно-ресторанна справа та кейтеринг»  
Галузь знань: J «Транспорт та послуги»

Затверджено на засіданні кафедри  
Протокол № 8 від 16.12.2025 р.

м. Івано-Франківськ – 2025

## 1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Економіка вражень у сфері гостинності
Викладач (-і)	Мендела Ірина Ярославівна
Контактний телефон викладача	0665201636
Е-mail викладача	iryna.mendela@cnu.edu.ua
Формат дисципліни	очний/заочний
Обсяг дисципліни	3 кредитів ЄКТС, 90 год.
Посилання на сайт дистанційного навчання	<a href="https://d-learn.pnu.edu.ua/">https://d-learn.pnu.edu.ua/</a>
Консультації	Згідно з графіком консультацій

## 2. Анотація до навчальної дисципліни

Дисципліна «Економіка вражень у сфері гостинності» є вибірковою освітньою компонентою циклу дисциплін вільного вибору студентів та спрямована на формування у здобувачів розуміння принципів створення, управління та аналізу гостьового досвіду як ключового елемента конкурентоспроможності готельно-ресторанних підприємств. Курс знайомить студентів із підходами до дослідження емоційного досвіду гостей, сервіс-дизайну та психологічних механізмів сприйняття, а також з методами оцінювання вражень, що впливають на успіх продуктів і послуг у сфері гостинності.

Зміст дисципліни передбачає вивчення інструментів формування вражень гостей, моделей побудови гостьового маршруту, використання сенсорного маркетингу та емоційного брендингу. Особлива увага приділяється створенню унікальних сервісних рішень, позиціонуванню продуктів, які вражають, управлінню атмосферою та застосуванню цифрових технологій для збору та аналізу відгуків. Окремий акцент робиться на просуванні емоційно-орієнтованих сервісів у соціальних мережах, формуванні лояльності та підвищенні цінності бранда через управління досвідом гостя.

## 3. Мета та цілі навчальної дисципліни

**Мета курсу:** сформувати у здобувачів знання та навички створення, управління та оцінювання емоційного досвіду гостей у готельно-ресторанному та туристичному бізнесі.

**Цілі курсу:** розвинути у студентів знання та практичні навички створення, управління та оцінювання емоційного досвіду гостей у готельно-ресторанному та туристичному бізнесі.

## 4. Програмні компетентності та результати навчання

### Компетентності:

**ЗК 04.** Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

**ЗК 05.** Здатність працювати в команді.

**ЗК 10.** Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

**СК 04.** Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії.

### Програмні результати:

**РН 11.** Застосовувати сучасні інформаційні технології для організації роботи закладів готельного та ресторанного господарства.

**РН 15.** Розуміти економічні процеси та здійснювати планування, управління і контроль діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

## 5. Організація навчання

### Обсяг навчальної дисципліни

Вид заняття	Загальна кількість
лекції	10/2 годин
семінарські	20/8 годин
самостійна робота	60/80 годин

Ознаки навчальної дисципліни			
Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
	І2 «Готельно-ресторанна справа та кейтеринг»		Вибірковий
Тематика навчальної дисципліни			
Тема	кількість год.		
	лекції	заняття	сам.роб.
Тема 1. Концепція економіки вражень та її роль у сучасній індустрії гостинності	2	4	12
Тема 2. Емоційна цінність і поведінка споживачів у готельно-ресторанній сфері	2	4	12
Тема 3. Гостьовий маршрут (guest journey) та інструменти сервіс-дизайну	2	4	12
Тема 4. Атмосфера та сенсорний маркетинг як засоби формування емоційного досвіду	2	4	12
Тема 5. Оцінювання та управління гостьовим досвідом	2	4	12
Заг:	<b>10</b>	<b>20</b>	<b>60</b>
6. Система оцінювання навчальної дисципліни			
Загальна система оцінювання курсу	Оцінювання здійснюється за національною та ECTS шкалою на основі 100-бальної системи. (п. 8.3. Види контролю «Положення про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника» (Наказ ректора № 572 від 03.07.2025 р.). Загальні 100 балів включають: 40 балів – поточний контроль (семінарські заняття), 40 балів – тестовий контроль, 20 балів – контроль за самостійною роботою		
Вимоги до письмових робіт	Робота виконується на певну тему обсягом не більше 2 сторінок і з вказанням використаних джерел		
Семінарські заняття	Оцінюються у стобальній шкалі		
Умови допуску до підсумкового контролю	Здобувач освіти вважається допущеним до семестрового контролю з дисципліни, якщо він виконав усі види робіт		
Підсумкова залікова оцінка	Підсумкова оцінка (у стобальній шкалі) з навчальної дисципліни визначається як сума оцінок за поточний контроль знань		
7. Політика курсу			
Письмові роботи	Робота виконана на певну тему обсягом не більше 2 сторінок, оцінюється у стобальній шкалі		
Академічна доброчесність	Атмосферу довіри, взаєморозуміння, взаємоповаги потрібно будувати щоденно. Політика ректорату спрямована на академічну доброчесність, прозорість та законність діяльності. Задля цього розроблено та впроваджено «Положення про запобігання академічному плагіату та іншим порушенням академічної доброчесності у навчальній та науково-дослідній роботі здобувачів освіти Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника», «Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника», «Кодекс честі		

	Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника» і опубліковано їх на сайті. В університеті академічна доброчесність передбачається за замовчуванням. Це означає, що всі здані роботи є результатом вашої розумової праці та творчості. Якщо ви подали роботу когось іншого, повністю або частково, без належного цитування, завдання буде оцінене в 0 балів (без права перездачі).
Відвідування занять	Усі студенти, незалежно від форми навчання, зобов'язані відвідувати аудиторні заняття і проходити всі форми поточного та підсумкового контролю. Відпрацювання пропущених занять відбувається у перший день за графіком консультацій викладача з навчальної дисципліни, за винятком поважної причини у студента (документальне підтвердження) згідно «Порядку організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника (п.4)». Додаткові бали виставляються під час семінарських занять за участь у Kahoot, участь у конференції з відповідною тематикою, роботі студентських наукових гуртків чи участь в олімпіадах, конкурсах тощо відповідно до «Порядку організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника».
Неформальна освіта	Є можливість отримати додаткові бали (максимум 100 балів за пройдений курс), пройшовши онлайн-курси на платформах Prometheus, Coursera, ВУМ online та інші (наприклад, «Соціальний капітал» і/або «Критичне мислення в українському контексті», і/або «Дизайн-мислення та інновації для НУО»), які мають узгоджуватися попередньо з викладачем відповідно до «Положення про визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної освіти, в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника».

#### **8. Рекомендована література**

1. Дикань В. Л., Якименко Н.В. Економіка вражень : конспект лекцій. Частина. Харків : УкрДАЗТ, 2013. 39 с.
2. Камушков, О., Ткач, В., Язіна, В. Економіка вражень у готельно-ресторанному господарстві. *Таврійський науковий вісник*. Серія: Економіка, 2021. № 7. С. 34-42. <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2021.7.4>
3. Мендела І.Я. Маркетинг готельно-ресторанного господарства: навчально-методичний посібник. Івано-Франківськ: Територія друку, 2022. 56 с.
4. Хитра О. Туристичний брендинг в умовах економіки вражень. *Економіка та суспільство*, 2022. № 42. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-64>
5. Чубукова О. Ю., Яренко А.В. Економіка вражень: передумови зародження, головні ідеї, економічна сутність [Текст]. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну*. Серія Економічні науки. 2016. № 6 (105). С. 92-98.
6. Ястремська О. О. Економічні умови розвитку економіки вражень у країнах світу та в Україні. *Бізнес Інформ*. 2024. №5. С. 68 – 80.
7. Наукова бібліотека ПНУ. URL: <http://lib.pnu.edu.ua/>

**Викладач**

**доцент кафебри  
готельно-  
ресторанної та  
курортної справи  
І.Я.Мендела**