

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

"ЗАТВЕРДЖУЮ"

Проректор з навчально-методичної роботи



Каріна НЕМАШКАЛО

УПРАВЛІННЯ РЕПУТАЦІЙНИМИ РИЗИКАМИ В ТУРИЗМІ

робоча програма навчальної дисципліни

Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»
Спеціальність 242 Туризм
Освітній рівень другий (магістерський)
Освітня програма «Туризм»

Статус дисципліни вибіркова
Мова викладання, навчання та оцінювання українська

Завідувач кафедри
туризму

Олена СУЩЕНКО

Харків
2022

ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри туризму.
Протокол № 1 від 27.08.2022 р.

Розробник:
Сущенко О.А., д.е.н., професор
Клок О.П., к.е.н., викл.

**Лист оновлення та перезатвердження
робочої програми навчальної дисципліни**

Навчальний рік	Дата засідання кафедри-розробника РПНД	Номер протоколу	Підпис завідувача кафедри

Анотація навчальної дисципліни

Викладання дисципліни спрямоване на вивчення теоретичних основ з питань організації управління репутаційними ризиками в туризмі, практичної підготовки студентів до захисту ділової репутації туристичного підприємства та формуванню позитивного іміджу в сучасних умовах глобальної інформаційної економіки.

Знання та вміння з навчальної дисципліни «Управління репутаційними ризиками в туризмі» необхідні спеціалісту для виконання планувальних, маркетингових, організаційно-управлінських функцій в процесі діяльності туристичних підприємств, для проведення маркетингових та рекламних досліджень, управління репутацією та репутаційними ризиками туристичного підприємства, глибокого розуміння свого споживача та цільової аудиторії, формування позитивного іміджу, підвищення впізнаваності бренду серед цільової аудиторії.

Вивчення курсу базується на відповідному рівні загальних знань та навичок, які отримані при засвоєнні студентами загальнонаукових, гуманітарних та спеціальних дисциплін.

Метою вивчення даної навчальної дисципліни є формування у студентів системи теоретичних знань та практичних навичок щодо управління репутаційними ризиками в туризмі.

вивчення науково-методичних підходів і теоретичних засад ділової репутації та репутаційного ризику в туризмі;

визначення базових принципів управління репутацією та репутаційними ризиками в туризмі;

набуття практичних навичок щодо проведення аналізу та визначення впливу інформації в онлайні на репутацію та імідж туристичного бренду/підприємств;

розвиток навичок використання інструментарію управління репутацією та репутаційними ризиками в туризмі;

опанування вміннями щодо розробки маркетингової стратегії управління репутацією та репутаційними ризиками в туризмі.

Предметом навчальної дисципліни є загальні закономірності та особливості практичного застосування теорії та інструментарію сучасного управління репутаційними ризиками в туризмі.

Характеристика навчальної дисципліни

Курс	1М
Семестр	1
Кількість кредитів ECTS	5
Форма підсумкового контролю	Іспит

Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни

Пререквізити	Постреквізити
Управління діловими комунікаціями та конфліктами	Управління послугами люкс-сегменту
Маркетинг	Управління національним туристичним брендом
Менеджмент туристичної діяльності	

**Компетентності та результати навчання за дисципліною,
що забезпечують засвоєння програмних компетентностей**

Компетентності	Результати навчання
Здатність аналізувати ділову репутацію як стратегічний актив туристичного підприємства	Знання, вміння та навички щодо визначення ділової репутації та репутаційного ризику в туризмі
Здатність аналізувати причини та чинники виникнення репутаційного ризику	
Здатність визначати компоненти репутації та формувати репутаційні рейтинги	
Здатність аналізувати ділову репутацію туристичного підприємства та виявляти репутаційні ризики в туризмі	Знання, вміння та навички щодо базових принципів управління репутацією та репутаційними ризиками в туризмі
Здатність використання інструментарію CROWD-маркетингу (формування репутації)	
Здатність обирати засоби ефективного управління репутаційним ризиком в туризмі	
Здатність аналізувати зміни репутації та рівня репутаційного ризику, рівня лояльності аудиторії	Знання, вміння та навички щодо визначення впливу інформації в онлайні на репутацію та імідж туристичного бренду/підприємства
Здатність планувати маркетингові заходи щодо підвищення лояльності споживача до туристичного бренду/ підприємства	
Здатність досліджувати імідж бренду в туризмі та створювати нові переваги бренду щодо конкурентів	Знання, вміння та навички щодо управління репутацією та репутаційними ризиками в туризмі
Знання, вміння та навички щодо ефективного управління репутацією та репутаційними ризиками в туризмі	
Здатність розробляти стратегію покращення репутації бренду/підприємства	Знання, вміння та навички щодо розробки маркетингової стратегії управління репутацією та репутаційними ризиками в туризмі
Здатність використання онлайн- та офлайн-інструментарію репутаційного маркетингу в туризмі	

Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Ділова репутація та ризик-менеджмент

Тема 1. Наукові засади управління ризиками.

Виникнення та сутність ризиків в бізнесі. Основні види ризиків в туристичній діяльності. Загальні положення з управління ризиками. Репутаційні ризики. Основні причини формування репутаційних ризиків. Зовнішні та внутрішні причини формування репутаційних ризиків. Сучасні методи та засоби аналізу в управлінні репутаційним ризиком. Рівні управління репутаційними ризиками.

Тема 2. Ділова репутація як стратегічний актив туристичного підприємства.

Авторитет і репутація – співвідношення понять. Базові типи авторитетів. Поняття ділової репутації. Підходи щодо визначення ділової репутації. Параметри ділової репутації. Репутація бренду/підприємства як стратегічний актив. Чинники виникнення репутаційного ризику.

Тема 3. Компоненти репутації та репутаційного ризику в туризмі.

Модель структури репутації. Специфіка репутаційного ризику в туризмі. Фінансові компоненти репутації. Ринкові, корпоративні та соціальні компоненти репутації. Репутаційні

рейтинги та їх особливості. Принципи формування репутаційних рейтингів.

Тема 4. Аналіз репутації туристичного бренду/підприємства.

Визначення рівня ділової репутації туристичного підприємства. Гудвіл: сутність та методи розрахунку. Цільові аудиторії репутації. Репутаційний аудит. Аналіз репутації бренду/підприємства. Аналітика трендів. Аналіз інформаційного фону.

Тема 5. Базові засади управління репутацією та репутаційними ризиками в туризмі.

Принципи управління репутаційними ризиками в туризмі. Шляхи зниження сучасних репутаційних ризиків. Основи моніторингу. Моніторинг інформаційного поля. Основи управління репутацією бренду/підприємства. Методи оцінки рівня репутаційного ризику. Забезпечення умов ефективності управління репутаційним ризиком. Маркетингові комунікації. Форми та принципи впливу на споживача. Психологічні аспекти маркетингу та інтернет-реклами. Використання інструментарію CROWD-маркетингу (формування репутації).

Змістовий модуль 2. Маркетинговий інструментарій управління репутацією та репутаційними ризиками в туризмі

Тема 6. Основи бренд-менеджменту та управління брендами в туризмі

Основні напрями дослідження бренду. Маркетингові дослідження іміджу бренду. Сегментація і позиціонування бренду на туристичному ринку. Поняття та принципи бренд-менеджменту. Просування бренду. Значення бренд-комунікацій. PR-технології брендингу.

Тема 7. Створення інформаційної основи репутації бренду/підприємства.

Репутаційний аудит. Типові зони комунікаційних розривів. Методика Global Reputation Index. Попередній моніторинг. Аналіз та оцінка популярності бренду/підприємства. Аналіз змін репутації та рівня лояльності аудиторії до бренду/підприємства. Моніторинг в динаміці. Інформаційний та комунікаційний аудит. Основи інформаційної політики. Формування образу бренду/підприємства. Маркетинговий інструментарій щодо підвищення лояльності споживача до бренду/ підприємства.

Тема 8. Управління репутацією та репутаційними ризиками в пошукових системах.

Формування впливу інформації в онлайні на репутацію та імідж бренду/підприємства. Створення позитивного бізнес-іміджу в соціальних медіа. Основні принципи розробки легенди. Типологія ключових тем та вимоги щодо створення репутаційної легенди. SERM (Search Engine Reputation Management). Визначення та нівелювання негативу в пошукових системах. Виявлення та нівелювання інформаційних атак конкурентів. Підвищення довіри до бренду/підприємства в онлайні.

Тема 9. Технології управління репутацією та репутаційними ризиками в туризмі.

Використання онлайн- та офлайн-інструментарію репутаційного маркетингу. Управління діловою репутацією бренду/підприємства в офлайні: взаємодія зі ЗМІ; соціальна відповідальність; побудова системи внутрішньо корпоративних комунікацій; розробка комунікаційної програми. Управління діловою репутацією бренду/підприємства в онлайні: технічний Link Building; Outreach; створення PBN (Private Blog Network); Crowd Marketing; просування за допомогою PR; робота з відгуками. Підвищення лояльності до бренду.

Тема 10. Розробка маркетингової стратегії управління репутацією та репутаційними ризиками в туризмі.

Стратегія формування та підтримки репутації бренду/підприємства. Захист репутації та антикризові дії. Антикризові дії як інструмент захисту репутації. Управління репутаційними ризиками. Технології PR в умовах кризи. Аналіз ефективності репутаційного маркетингу. Коригування просування.

Перелік практичних (семінарських), а також питань та завдань до самостійної роботи наведено у таблиці "Рейтинг-план навчальної дисципліни".

Методи навчання та викладання

У процесі викладання навчальної дисципліни «Управління репутаційними ризиками в туризмі» для реалізації визначених компетентностей освітньої програми та активізації освітнього процесу на лекційних та практичних заняттях передбачено застосування таких методів навчання як: лекції проблемного характеру (Тема 1, 4, 6, 10), міні-лекції (Тема 2, 5, 7, 8), кейс-технології (Тема 3, 9), робота в малих групах (Тема 2, 3, 5, 7-9), ситуаційні завдання (Тема 5, 10), ділові ігри (Тема 3, 8).

Під час проведення лекційних та практичних занять використовуються: пояснювально-ілюстративний, репродуктивні, проблемне викладання, частково-пошуковий, дослідницький методи викладання.

Порядок оцінювання результатів навчання

ХНЕУ ім. С. Кузнеця використовує накопичувальну (100-бальну) систему оцінювання. Система оцінювання сформованих компетентностей у студентів враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні, семінарські, практичні заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою. Відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця, контрольні заходи включають:

поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення лекційних, практичних, семінарських занять і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту складати іспит, – 35 балів);

модульний контроль, що проводиться у формі письмової контрольної роботи як проміжний міні-екзамен з ініціативи викладача з урахуванням поточного контролю за відповідний змістовий модуль і має на меті інтегровану оцінку результатів навчання студента після вивчення матеріалу з логічно завершеної частини дисципліни – змістового модуля;

підсумковий/семестровий контроль, що проводиться у формі іспиту максимальний бал – 40), відповідно до графіку навчального процесу.

Порядок проведення поточного оцінювання знань студентів. Оцінювання знань студента під час практичних занять та виконання індивідуальних завдань проводиться за такими критеріями:

розуміння, ступінь засвоєння суті та змісту проблем, що розглядаються;

ступінь засвоєння фактичного матеріалу навчальної дисципліни;

ознайомлення з рекомендованою літературою, а також із прикладами з практики з питань, що розглядаються;

вміння поєднувати теорію з практикою при розгляді виробничих ситуацій, розв'язанні задач, проведенні розрахунків у процесі виконання індивідуальних завдань та завдань, винесених на розгляд в аудиторії;

логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і при виступах в аудиторії, вміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки;

арифметична правильність виконання розрахункових завдань;

самостійність виконання роботи;

грамотність подачі матеріалу;

використання методів порівняння, узагальнення понять та явищ.

Загальними критеріями, за якими здійснюється оцінювання позааудиторної самостійної роботи студентів, є: глибина і міцність знань, рівень мислення, вміння систематизувати знання за окремими темами, вміння робити обґрунтовані висновки, володіння категорійним апаратом, навички і прийоми виконання практичних завдань, вміння знаходити необхідну інформацію, здійснювати її систематизацію та обробку, самореалізація на лабораторних заняттях.

Поточний контроль з даної навчальної дисципліни проводиться в таких формах:
завдання за темами 2, 3, 4, 6, 8 та 9 (робота на практичних завданнях) - 5 балів за кожне завдання, за умови вірного виконання студентом завдання; загальна кількість балів 30;

компетентнісно-орієнтовані завдання: протягом семестру студенти виконують компетентнісно-орієнтоване завдання за темою 7. Максимальна оцінка – 5 балів;

виконання презентацій за темами 4, 9, 10 – максимальна кількість балів за кожну презентацію – 5; загальна кількість балів під час виконання презентацій за вказаними темами – 15;

письмові контрольні роботи: протягом семестру студенти виконують дві письмові контрольні роботи; максимальна оцінка – 5 балів (усього 10 балів).

Підсумковий контроль знань та компетентностей студентів з навчальної дисципліни здійснюється на підставі проведення іспиту, завданням якого є перевірка розуміння студентом програмного матеріалу в цілому, логіки та взаємозв'язків між окремими розділами, здатності творчого використання накопичених знань, вміння формулювати своє ставлення до певної проблеми навчальної дисципліни тощо.

Екзаменаційний білет охоплює програму дисципліни і передбачає визначення рівня знань та ступеня опанування студентами компетентностей.

Екзаменаційний білет включає:

Ситуаційне завдання: максимальна кількість балів – 10.

Діагностичне завдання: максимальна кількість балів – 10.

Евристичне завдання: максимальна кількість балів – 20.

Результат семестрового іспиту оцінюється в балах (максимальна кількість – 40 балів, мінімальна кількість, що зараховується, – 25 балів) і проставляється у відповідній графі екзаменаційної "Відомості обліку успішності".

Студента слід вважати атестованим, якщо сума балів, одержаних за результатами підсумкової/семестрової перевірки успішності мінімально дорівнює 60, а максимально - 100. Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни розраховується з урахуванням балів, отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою. Сумарний результат у балах за семестр складає: "60 і більше балів – зараховано", "59 і менше балів – не зараховано" та заноситься у залікову "Відомість обліку успішності" навчальної дисципліни.

Форми оцінювання та розподіл балів наведено у таблиці "Рейтинг-план навчальної дисципліни"

Рейтинг-план навчальної дисципліни

Тема	Форми та види навчання	Форми оцінювання	Мах бал
1	2	3	4
Тема 1.	<i>Аудиторна робота</i>		
	Лекція на тему «Наукові засади управління ризиками»	Активна робота	
	Практичне заняття: " Визначення сутності ризиків в туристичній діяльності".	Активна участь у виконанні практичних завдань. Завдання за темами	
	<i>Самостійна робота</i>		
	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття	Перевірка домашніх Завдань	
Тема 2	<i>Аудиторна робота</i>		
	Лекція на тему «Ділова репутація як стратегічний актив туристичного підприємства»	Активна робота	

	Практичне заняття за темою «Репутація бренду/підприємства як стратегічний актив»	Виконання завдання за темою	5
	Самостійна робота		
	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття	Перевірка домашніх завдань	
Тема 3	Аудиторна робота		
	Лекція на тему «Компоненти репутації та репутаційного ризику в туризмі»	Активна робота	
	Практичне заняття за темою «Специфіка репутаційного ризику в туризмі»	Виконання завдання за темою	5
	Самостійна робота		
	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття	Перевірка домашніх завдань	
Тема 4	Аудиторна робота		
	Лекція на тему «Аналіз репутації туристичного бренду/підприємства»	Активна робота	
	Практичне заняття за темою «Специфіка аналізу репутації бренду/підприємства. Аналітика трендів»	Виконання практичних завдань. Презентації.	10
	Самостійна робота		
	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття	Перевірка домашніх завдань	
Тема 5	Аудиторна робота		
	Лекція на тему «Базові засади управління репутацією та репутаційними ризиками в туризмі»	Активна робота	
	Практичне заняття за темою «Основні принципи управління репутаційними ризиками в туризмі»	Активна участь у виконанні практичних завдань	
	Проведення письмової контрольної роботи	Контрольна робота	5
	Самостійна робота		
	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття	Перевірка домашніх завдань	
Тема 6	Аудиторна робота		
	Лекція на тему «Основи бренд-менеджменту та управління брендами в туризмі»	Активна робота	
	Практичне заняття за темою «Поняття та принципи бренд-менеджменту на туристичному ринку»	Виконання практичних завдань.	5
	Самостійна робота		
	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття	Перевірка домашніх Завдань	
Тема 7	Аудиторна робота		
	Лекція на тему «Створення інформаційної основи репутації бренду/підприємства»	Активна робота	
	Практичне заняття за темою «Моніторинг, аналіз та оцінка популярності бренду/підприємства»	Захист компетентнісно-орієнтованого завдання	5
	Самостійна робота		
	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття	Перевірка домашніх Завдань	

Тема 8	<i>Аудиторна робота</i>		
	Лекція на тему «Управління репутацією та репутаційними ризиками в пошукових системах»	Активна робота	
	Практичне заняття за темою «Формування впливу інформації в онлайні на репутацію та імідж бренду/підприємства»	Виконання завдання за темою	5
	<i>Самостійна робота</i>		
	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття	Перевірка домашніх завдань	
Тема 9	<i>Аудиторна робота</i>		
	Лекція на тему «Технології управління репутацією та репутаційними ризиками в туризмі»	Активна робота	
	Практичне заняття за темою «Використання онлайн-та офлайн-інструментарію репутаційного маркетингу»	Виконання практичних завдань. Презентації.	10
	<i>Самостійна робота</i>		
	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття	Перевірка домашніх завдань	
<i>Аудиторна робота</i>			
Тема 10	Лекція на тему «Розробка маркетингової стратегії управління репутацією та репутаційними ризиками в туризмі»	Активна робота	
	Практичне заняття за темою «Формування етапів розробки та реалізації маркетингової стратегії управління репутаційними ризиками в туризмі»	Презентації	5
	Проведення письмової контрольної роботи.	Контрольна робота	5
	<i>Самостійна робота</i>		
	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття	Перевірка домашніх завдань	
			Іспит
			40
Загальна максимальна кількість балів по дисципліні			100

Рекомендована література

Основна

1. Сущенко О. А. Маркетингові комунікації в туристичній діяльності [Електронний ресурс] : навчальний посібник / О. А. Сущенко, К. Г. Наумік-Гладка, М. В. Алдошина. – Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. – 218 с.
2. Griffin, A. Crisis, issues and reputation management. Kogan Page, 2017. 281 p.
3. Pownall, C. Managing Online Reputation: How to Protect Your Company on Social Media (Palgrave Pocket Consultants), 2nd ed., 2017.
4. Heidinger, D. & Gatzert, N. Awareness, Determinants and Value of Reputational Risk Management: Empirical Evidence from the Banking and Insurance Industry. Erlangen–Nuernberg: Friedrich-Alexander University, 2018.
5. Belenzon, S., Chatterji, A. & Daley, B. Choosing between Growth and Glory. Cambridge (Mass.): National Bureau of Economic Research 24901, 2018.

Додаткова

6. Кривда О.В. Джерела та детермінанти репутаційного ризику сучасного підприємства. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут», 2019. doi:10.20535/2307-5651.16.2019.181853.

7. Башинська І.О. Удосконалення системи управління ризиками на підприємстві. Причорноморські економічні студії. 2017. № 17. С. 91-94.

8. Міжнародний маркетинг : підручник / за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 448 с.

9. Герасименко О.М. Ризик-орієнтований підхід до забезпечення економічної безпеки підприємства: концептуальні засади: монографія. Черкаси: вид-во О.Третяков, 2019. 364 с.

10. Конопліна О.О., Мізік Ю.І., Ярошенко Н.А. Reputation Audit in the Management System of Business Reputation at Public Utility Enterprises of a Region. Business Economics. 2018. Issue 4 (2). Vol. 53. pp 285-566.

Інформаційні ресурси в Інтернеті

11. Всесвітня туристична організація (ВТО). – Режим доступу: <http://www.world-tourism.org>

12. The World's Most Reputable Companies. - Режим доступу: <https://www.forbes.com/sites/vickyvalet/2019/03/07/the-worlds-most-reputable-companies-2019>

13. Послуги з управління ризиками. «Делойт» в Україні. - Режим доступу: <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/risk/solutions/risk-services.html>

14. ПНС з навчальної дисципліни «Управління репутаційними ризиками у туризмі». – Режим доступу: <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=6785>