

## Силабус курсу

### PR-технології в готельному бізнесі

Ступінь вищої освіти – бакалавр

Освітня програма «Професійна освіта (Сфера обслуговування)»

Рік навчання: 4, Семестр: I

Кількість кредитів: 3 Мова викладання: українська

#### Керівник курсу

ПІП

канд. пед. наук., викладач **Сопіга Віктор Борисович**

Контактна інформація

ел. пошта – [victorsopiga@gmail.com](mailto:victorsopiga@gmail.com)

#### Опис дисципліни

Дисципліна «PR-технології в готельному бізнесі» спрямована на формування у здобувачів вищої освіти таких компетентностей: здатність організувати роботу центру по зв'язках із громадськістю; організувати роботу прес-служби; готувати рекламні гасла, сюжети, тексти, прес-релізи та інформаційні повідомлення; організувати і проводити брифінги і прес-конференції, а також виставки і ярмарки; моніторити інформаційний простір у готельному бізнесі.

#### Структура курсу

Години (лек. / лаб.)	Тема	Результати навчання	Завдання
2 / 2	1. Сутність, зміст та історія розвитку PR.	Знати основні підходи до трактування поняття Public relations, методи PR, класифікацію PR. Бути обізнаним в напрямках регулювання відносин з громадськістю, історичних аспектах формування Public relations.	Практ. завдання, питання
2 / 2	2. Моделі та форми PR-діяльності.	Знати основні моделі PR та форми PR-діяльності. Бути обізнаним у функціях діяльності PR-працівників, напрямках діяльності по зв'язках з громадськістю у готельному бізнесі.	Практ. завдання, питання
2 / 2	3. Психологічні аспекти PR-технологій.	Знати сутність понять «психотехніка» і «психотехнологія», засоби психологічного впливу, психологічні методи PR. Вміти застосовувати знання з прикладної психології у сфері зв'язків з громадськістю.	Практ. завдання, питання
2 / 2	4. Вимоги до створення інформаційного продукту PR.	Бути обізнаним в сутності інформації, класифікації інформації, структурі інформаційного продукту. Вміти аналізувати цілі та зобов'язання PR працівника в	Практ. завдання, питання

		готельному бізнесі.	
- / 2	5. Основні засоби і заходи PR.	Знати основні засоби PR у відносинах із громадськістю, структуру PR у сфері ЗМІ. Усвідомлювати наслідки стосунків з пресою. Вміти використовувати методи вимірювання ефективності PR-програм та PR-діяльності у готельному бізнесі.	Практ. завдання, питання
- / 2	6. Реклама у діяльності готельного бізнесу.	Усвідомлювати поняття «реклама», цілі реклами, умови підвищення ефективності реклами, вплив замовника на вибір виду реклами. Вміти класифікувати рекламу за змістом, ціллю, територіальною ознакою та інтенсивністю. Бути здатним до врахування різних факторів при виборі часу та інтенсивності подання рекламних оголошень.	Практ. завдання, питання
- / 2	7. Організація та технологічні особливості PR-кампаній в готельному бізнесі	Розуміти поняття «PR-кампанія», взаємозв'язок між поняттями «PR-кампанія», «PR-операція», «PR-діяльність». Знати структуру та види PR-кампанії. Вміти характеризувати базові суб'єкти PR, види технологічних суб'єктів PR у готельному бізнесі.	Практ. завдання, питання
- / 2	8. Середовище Public Relations.	Усвідомлювати завдання комунікатора, зміст і структуру каналів комунікації, бар'єри сприйняття PR-звернень. Знати класифікацію комунікативних стратегій PR у готельному бізнесі. Вміти писати PR-звернення.	Практ. завдання, питання
- / 2	9. Кризовий PR та його особливості у готельному бізнесі.	Бути здатним до аналізу етапів розвитку кризи у готельному бізнесі. Знати принципи запобігання кризам у бізнесі, класифікацію криз, варіанти боротьби з кризою, типові помилки туристичних підприємств в кризових ситуаціях. Вміти враховувати основні чинники в кризовій ситуації, поради вчених і практиків PR щодо професійних дій підприємства під час кризи.	Практ. завдання, питання
- / 2	10. Роль PR у досягненні ефективної роботи організацій.	Усвідомлювати причини відмови готельних підприємств України від створення власних PR-підрозділів чи прес-служб. Знати підходи до організації департаменту зв'язків із громадськістю, функціональні обов'язки департаменту зв'язків із громадськістю. Вміти враховувати чинники, від яких залежить структура і масштаб PR-підрозділу в готельному бізнесі.	Практ. завдання, питання

## Літературні джерела

1. Владимирська Г. О., Владимирський П. О. Реклама: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ: Кондор, 2009. 334 с.
2. Губерський Л. В., Іванов В. Ф., Москаленко А. З. Основи масової інформаційної діяльності. Київ: ЦВЛ, 2014. 436 с.
3. Прохоренко К. М. PR-технології в готельно-ресторанному бізнесі: навч. посіб. Львів: Вид-во Львів. комерц. акад., 2011. 239 с.
4. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління: навч. посібник для студ. вузів. Київ: МАУП, 2001. 104 с.
5. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю: навч. посіб. Київ: НМЦВО, 2011. 560 с.
6. Українське законодавство: засоби масової інформації. Київ: Міжнародний фонд «Відродження», Інформаційний прес-центр IREX ПроМедіа, 2014. 256 с.

## Політика оцінювання

- **Політика щодо дедлайнів та перескладання:** роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (80 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності); перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо академічної доброчесності:** списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів); мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття.
- **Політика щодо відвідування:** відвідування занять є обов'язковим; за об'єктивних причин (наприклад хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

## Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Види оцінювання	% від остаточної оцінки
Модуль 1 (5 лабораторно-практичних робіт, що передбачають використання знань та вмінь з тем 1–5): практичні завдання, співбесіда, опитування відповідних теоретичних питань.	50
Модуль 2 (5 лабораторно-практичних робіт, що передбачають використання знань та вмінь з тем 6–10): практичні завдання, співбесіда, опитування відповідних теоретичних питань.	50

### Розподіл балів, які отримують студенти

Поточний контроль										Сума
Змістовий модуль 1					Змістовий модуль 2					
ЛР. № 1	ЛР. № 2	ЛР. №3	ЛР. №4	ЛР. №5	ЛР. №6	ЛР. №7	ЛР. №8	ЛР. №9	ЛР. №10	
10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100
50					50					100