

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

«PR-ТЕХНОЛОГІЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ»

Спеціальність	241 «Готельно-ресторанна справа»
Освітня програма	«Готельно-ресторанна справа»
Рівень вищої освіти	Перший (бакалавр)
Статус навчальної дисципліни	вибіркова
Курс / семестр вивчення	4/8
Кількість кредитів ЄКТС	4
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції - 30 год.
	семінарські заняття - 30 год.
	Самостійна робота – 60 год.
Вид індивідуального завдання	Контрольна робота
Форма підсумкового контролю	Залік
Адреса курсу в системі електронного навчання університету (СДО Прометей)	http://dlc.suem.edu.ua/
Кафедра (назва, № кабінету, контактний телефон, e-mail)	Кафедра готельно-ресторанної справи та туризму (каб. 103, kaf-gotur@suem.edu.ua)
Викладач /і:	
Контактна інформація викладача/ів:	
Дні занять	Згідно з розкладом
Консультації	Очні консультації: згідно з графіком Дистанційні: електронна пошта, групи у Вайбері, Телеграмі
<p style="text-align: center;">Анотація навчальної дисципліни:</p> <p>Навчальна дисципліна «PR-технології в готельно-ресторанному бізнесі» - дисципліна, представлена системою знань, відокремлених від класичного вчення піару з метою надання спеціалізованої інформації майбутньому спеціалісту в галузі міжнародного господарства. Навчальна дисципліна вивчає особливості управління піар-процесами у галузі готельно-ресторанної справи. Формування позитивного іміджу та вдалої піар-компанії сприяє розвитку готельно-ресторанного підприємства, виступаючи як основа правильної маркетингової політики, створення якісного готельного продукту, оптимізації роботи готельно-ресторанної компанії. Отримана студентами інформація може бути використана для впровадження елементів іміджелогії у формування стратегії гостинного бізнесу та навиків PR-роботи. Знання курсу є необхідною умовою для здобуття подальших професійних знань для роботи із клієнтами, партнерами, іншими суб'єктами підприємницької діяльності, що відносяться до такої галузі, а також підвищення загальної і професійної</p>	

культури студентів.	
Мета навчальної дисципліни:	Метою вивчення дисципліни «PR-технології в готельно-ресторанному бізнесі» є надання майбутнім фахівцям комплексу знань про особливості провадження PR-роботи та ресурсів суб'єктів готельного господарювання стосовно можливостей їх використання в цій галузі.
Мета орієнтована на формування у студентів таких компетентностей:	<p>ФК 01. Розуміння предметної області і специфіки професійної діяльності.</p> <p>ФК 04. Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії.</p> <p>ФК 07. Здатність розробляти нові послуги (продукцію) з використанням інноваційних технологій виробництва та обслуговування споживачів.</p> <p>ФК 08. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання готельних та ресторанних послуг для різних сегментів споживачів.</p> <p>ФК 12. Здатність ініціювати концепцію розвитку бізнесу, формулювати бізнес-ідею розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.</p> <p>ФК 13. Здатність здійснювати планування, управління і контроль діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.</p> <p>ФК 15. Здатність формувати дизайнерські рішення та розробляти дизайн-концепції для об'єктів готельно-ресторанного господарства з урахуванням галузевих особливостей.</p>
Програмні результати навчання (відповідно до освітньо-професійної програми)	<p>РН 04. Аналізувати сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності та рекреаційного господарства.</p> <p>РН 05. Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.</p> <p>РН 06. Аналізувати, інтерпретувати і моделювати на основі існуючих наукових концепцій сервісні, виробничі та організаційні процеси готельного та ресторанного бізнесу.</p> <p>РН 07. Організувати процес обслуговування споживачів готельних та ресторанних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.</p> <p>РН 08. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами готельних та ресторанних послуг.</p> <p>РН 11. Застосовувати сучасні інформаційні технології для</p>

	<p>організації роботи закладів готельного та ресторанного господарства.</p> <p>РН 17. Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань при організації ефективних комунікацій зі споживачами та суб'єктами готельного та ресторанного бізнесу.</p> <p>РН 19. Діяти у відповідності з принципами соціальної відповідальності та громадянської свідомості.</p> <p>РН 24. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні принципи дизайну об'єктів сфери гостинності, формувати дизайнерські рішення та розробляти дизайн-концепції для закладів готельно-ресторанного господарства</p>
<p>Очікувані результати навчання:</p>	<p>У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен бути здатним продемонструвати такі результати навчання:</p> <p>знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> - професійну термінологію, що існує в даній сфері; - історію становлення та розвитку PR; - сутність PR та психологічні особливості цього явища; - види PR; - особливості створення інформації PR, взаємодії PR та ЗМІ, участь індивідів, груп, владних структур у створенні цього продукту; - особливості впливу PR на індивіда, групи, суспільство; - особливості іміджу туристичної організації. <p>уміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> - вибирати джерела та канали інформації, систематизувати та обробляти інформацію; - здійснювати документальний, фактографічний та семантичний пошук інформації, - узагальнювати соціально-психологічну інформацію, формулювати висновки та пропозиції; - формалізувати – переводити зовнішні явища та процеси у знаковий вигляд (здійснювати теоретичне абстрагування); - інтерпретувати – переводити формалізовану інформацію в іншу знакову систему; - виявляти зв'язки між елементами інформаційного матеріалу у процесі роботи зі структурованою інформацією, відповідно до визначеної мети діяльності; - враховувати моральні переконання та смакові уподобання при здійсненні безпечної та ефективної діяльності; - розробляти та надавати рекомендації щодо організації та проведення пропагандистських, рекламних PR-акцій на замовлення організацій; - розробляти рекомендації щодо створення і підтримки позитивного іміджу організацій.
<p style="text-align: center;">Зміст навчальної дисципліни:</p> <p>Тема 1. Предмет, об'єкт і основні категорії публік рилейшнз як науки</p>	

Тема 2. Загальна характеристика системи зв'язків з громадськістю (ЗЗГ, public relations)
 Тема 3. Відносини готельного підприємства із ключовими групами громадськості
 Тема 4. Вимоги до створення інформаційного продукту PR в готельно-ресторанному бізнесі
 Тема 5. Технологія організації зв'язків підприємства готельного бізнесу із засобами масової інформації (ЗМІ)
 Тема 6. Організація PR – діяльності в готельній індустрії
 Тема 7. Середовище public relations
 Тема 8. Рекламу у діяльності закладів готельного господарства
 Тема 9. Формування іміджу підприємств готельного бізнесу
 Тема 10. PR у кризових і конфліктних ситуаціях готельного бізнесу та гостинності
 Тема 11. Міжнародні зв'язки з громадськістю (PR)
 Тема 12. Формування інформаційного простору й утвердження нових інформаційних технологій в готельному бізнесі

Рекомендовані джерела:

1. Шутенко В. П., Голуб М. О. PR-технології у ресторанному бізнесі. Розвиток європейського простору очима молоді: економічні, соціальні та правові аспекти. м. Харків, 2019 року. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019.
2. Лисюк Т., Терещук О., Демчук О. Інноваційні підходи до використання реклами та р-технологій в готельно-ресторанному бізнесі. Економіка та суспільство, (28). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-35>.
3. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління: Навч. посіб. К. : МАУП, 2017. 104 с.
4. Паньків Н. Середовище Іміджелогія та PR в туризмі: Public Relations. навчально-методичний посібн. Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2017. 120 с.
5. Король І. В. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посіб. Умань : Візаві, 2018. 191 с.
6. Мунін Г.Б. Франчайзинг у готельно-ресторанному бізнесі. Київ: Кондор, 2017. 370 с.
7. Квіт С. Масові комунікації. Київ : Кієвомогілянська академія, 2018. 352 с.
8. Король І.В. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник. Умань: Візаві, 2018. 191 с.
9. Березенко В. В. Теорія та історія зв'язків з громадськістю: навчально-методичний посібник. Запоріжжя: ЗНУ, 2017. 107 с.
10. Річ Лі. Міфи про PR. Київ : Кондор, 2020. 272 с.
11. Слободянюк Є. Шлях до серця виборця. Головна книга до виборчих кампаній. Київ : Альтера, 2019. 250 с.
12. Зеленін В. Основи міфодизайну : психотехнології керування медіа реальністю. Київ : Академія, 2017. 168 с.
13. Курбан О. В. Інформаційні війни в соціальних он-лайн мережах. Київ : унт ім. Б.Грінченка, 2017. 392 с.
14. Балабанова Л. В, Юзик Л. О. Рекламний менеджмент: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 366 с.
15. Балабанова Л. В, Юзик Л. О. Рекламний менеджмент: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 366 с.
16. Діброва Т. Г., Солнцев С. О., Бажеріна К. В. Рекламний менеджмент: теорія і практика: підручник. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2018. 300 с.

Система оцінювання результатів навчання:

	70 балів	30 балів
Залік	(поточний контроль)	(контроль виконання індивідуальних завдань)

Мінімальний пороговий рівень з кожного виду контролю:

Залік	45 балів (поточний контроль)	15 балів (контроль виконання індивідуальних завдань)
--------------	------------------------------	---

Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни (поточний контроль) відбувається під час оцінювання контролю знань таких видів навчальних робіт:

- 1) Доповіді, виступи на семінарських заняттях;
- 2) Усне опитування;
- 3) Електронне тестування;
- 4) Письмові роботи з засвоєння тем курсу;
- 5) Виконання індивідуального завдання;
- 6) Виконання завдань самостійної роботи.

Кожний вид поточної навчальної роботи студента оцінюється за 5-бальною шкалою.

Шкала оцінювання результатів навчання:

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Шкала ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи)	для заліку
90-100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Політика курсу:***Політика дотримання академічної доброчесності***

Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, списування.

За порушення академічної доброчесності студенти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання (контрольна робота, іспит тощо); повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми.

Комунікаційна політика

Студенти повинні мати активовану пошту.

Обов'язком студента є перевірка один раз на тиждень (щонеділі) поштової скриньки та відвідування, перегляд інформації в Viber, Телеграм-каналах групи.

Протягом тижнів самостійної роботи обов'язком студента є робота з дистанційним курсом «PR-технології в готельно-ресторанному бізнесі».

Усі письмові запитання до викладачів стосовно курсу мають надсилатися на

університетську електронну пошту кафедри.

Політика щодо пропусків занять

Студенти мають відвідувати лекційні й практичні (семінарські) заняття. Відсутність студента на занятті може бути виправдана поважною причиною. Поважними причинами відсутності вважаються: хвороба, участь у Всеукраїнській студентській олімпіаді, Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт чи будь-якому іншому заході, який можна віднести до заходів, що сприяють розвитку студентів і поліпшенню іміджу університету (факультету).

Політика щодо виконання навчальних завдань пізніше встановленого терміну

Студенти мають виконувати всі навчальні завдання у встановлені терміни. Студент, який не виконав ту чи іншу кількість навчальних завдань вчасно й хоче надолужити прогаяне, може звернутися по допомогу до викладача.

Політика щодо оскарження оцінювання

Якщо студент не згоден з оцінюванням його знань він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку.

Бонуси

Студенти, які регулярно відвідували лекції (мають не більше двох пропусків без поважних причин) та мають написаний конспект лекцій отримують додатково 2 бали до результатів оцінювання до підсумкової оцінки.

Силабус відповідає змісту ОПП «Готельно-ресторанна справа» спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» (а саме: відповідність назві дисципліни, кількості кредитів, формі підсумкового контролю, набору компетентностей і результатів навчання), яка пройшла процедуру рецензування стейкхолдерами.