

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО

Факультет економіки та бізнесу
Кафедра економіки і бізнесу

СИЛАБУС

з навчальної дисципліни

«Іміджологія і PR процеси в туризмі»

(<http://op.tsatu.edu.ua/course/view.php?id=937>)

Викладач (і)	д.е.н., проф. Колокольчикова Ірина Володимирівна http://www.tsatu.edu.ua/et/people/kolokolchykova-iryna-volodymyrivna/
Кількість кредитів	4
Загальна кількість годин	120

Загальний опис навчальної дисципліни

Анотація курсу. Дисципліна «Іміджологія і PR процеси в туризмі» спрямована на формування у здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти загальних та фахових компетентностей щодо застосовувати аналітичний, методичний інструментарій для обґрунтування підходів до формування іміджу туристичних фірм, розробки PR компаній в туристичній галузі.

Дисципліна зорієнтована на вивчення таких питань, як: поняття PR, суб'єкти діяльності PR, цілі та завдання, історія появи та розвитку PR у світі, публісیتی, реклама і PR, відмінності PR від пропаганди та реклами, маркетинг і PR, напрямки PR, брендинг і PR, позиціонування, комунікаційне управління брендом, імідж та іміджологія, основні терміни іміджмейкінгу, іміджмейкінг у системі Public Relations, принципи роботи з іміджеформуючими якостями, структура іміджу.

Метою вивчення дисципліни є формування систематизованого комплексу знань майбутнім фахівцям комплексу знань про особливості провадження PR-роботи та ресурсів туристичної компанії щодо можливості їх використання в туристичній діяльності.

Завдання дисципліни полягає у засвоєнні сутності та особливостей PR-роботи в системі економічних наук та розвитку туристичного бізнесу, специфіки формування іміджу та PR-повідомлень туристичної фірми, методами PR-роботи у туризмі, формування іміджу туристичної компанії.

Орієнтовний перелік тем лекцій

1. Вступ до PR та іміджології: основні поняття, сутність.
2. Вступ до іміджології: основні поняття, сутність
3. Практичні аспекти провадження PR-діяльності
4. PR-спеціалісти та ефективність PR-програм
5. Громадськість в сфері PR
6. Бенчмаркінг та міх - методики
7. Ораторська майстерність. Чому важливо вміння переконливо розмовляти
- 8 Структура персонального іміджу: вербальні, невербальні прояви
9. Імідж лідера та фірми

10. Вплив історії моди та стилю на формування інструментарію іміджу

Орієнтовний перелік тем практичних занять

1. Поняття PR. Суб'єкти діяльності PR, цілі та завдання.
2. Іміджмейкінг та PR. Поняття іміджу та іміджології. Основні терміни іміджмейкінгу
3. Мета PR. Якості та функції спеціалістів зі зв'язків з громадськістю. PR-менеджмент.
4. Професія у діяльності Public Relations. Критерії оцінки ефективності PR-програм.
5. Поняття громадськості та її роль у сфері PR. Визначення цільових і пріоритетних груп громадськості.
6. Поняття «бенчмаркінгу». Міх-методики. Hall-test. Home-test. Mystery Shopping
7. Структура виступу. Місце виступу. Поведінка під час виступу. VIP-перемовини
8. Структура персонального іміджу. Вербальний імідж. Невербальний імідж.
9. Імідж лідера. Корпоративний імідж. Корпоративний дрес-код. Впровадження дрес-коду
10. Класифікацій іміджу залежно від критеріїв. Інструментар іміджології сьогодні

Політика курсу

- ✓ Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За пропуски занять без поважної причини здобувач вищої освіти буде неатестований з даної дисципліни. Усі пропущені заняття мають бути відпрацьовані під час консультацій або на Освітньому порталі університеті.
- ✓ Через об'єктивні причини (наприклад, карантин, хвороба, участь у конференції, науковому проекті, міжнародному стажуванні) навчання може відбуватись в on-line формі на Освітньому порталі ТДАТУ з використанням системи Moodle або за посередництва інших інформаційно-комунікаційних платформ чи технологій за погодженням із викладачем курсу.
- ✓ Списування під час виконання контрольних заходів, диференційованого заліку та екзамену заборонені, зокрема із використанням мобільних гаджетів, комунікаційних засобів тощо.
- ✓ Презентації та виступи мають бути авторськими (оригінальними).
- ✓ Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися академічної етики: виявляти дисциплінованість, вихованість, доброзичливість, чесність, відповідальність, дбайливо ставитись до обладнання та книжкового фонду ТДАТУ, виконувати графік освітнього процесу.

Рекомендована література

1. Бондаренко І. С. Іміджологія: Психологія іміджу: Навч.-метод. посібн. для студ. освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Реклама і зв'язки з громадськістю». - Запоріжжя: ЗНУ, 2014. - 122 с.
2. Бондаренко І. С. Іміджологія: Імідж особистості: Навч.-метод. посібн. для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Реклама і зв'язки з громадськістю». - Запоріжжя: ЗНУ, 2014. - 162 с.

3. Бугрим В. В. Іміджологія/ Іміджмейкінг: навчальний посібник. - К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. - 250 с.
4. Гриценко Т.Б. Етика ділового спілкування: навчальний посібник .- К. : Центр учбової літератури, 2007.- 344 с.
5. Тимошенко. Н.Л. Корпоративна культура: діловий етикет : навч. посіб. — К.: Знання, 2006. — 391 с.