

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

Факультет економіки та бізнесу
Кафедра маркетингу

Силабус

Дисципліни «PR-ТЕХНОЛОГІЇ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО
БІЗНЕСУ»

<i>Викладач</i>	асист., <u>Марчук А.О.</u>
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3
<i>Загальна кількість годин</i>	90

Загальний опис навчальної дисципліни

Основною метою викладання дисципліни є формування вміння майбутніх спеціалістів у сфері готельно-ресторанного бізнесу вирішувати практичні проблеми діяльності підприємства, спрямованої на зміцнення і розширення відносин із різними верстами суспільства, зміцнення його репутації, здійснення ділових комунікацій за допомогою PR-технологій.

Основними завданнями вивчення навчальної дисципліни «PR-технології готельно-ресторанного бізнесу» є: ознайомлення студентів із роллю й місцем PR-технологій у системі готельно-ресторанного бізнесу; визначення специфіки формування іміджу та PR-повідомлень підприємств готельного бізнесу, а саме: термінологію, поняття, визначення, що використовуються у маркетингових та PR-дослідженнях; ознайомитися з проблемами використання, формування та розповсюдження PR-засобів; вивчення методів PR-роботи у формування іміджу компанії; навчання організувати діяльність з реалізації плану PR-активності; аналіз ресурсної бази для реалізації комплексу комунікацій за PR-технологіями; визначення тенденції та перспектив розвитку PR-комунікацій.

Дисципліна спрямована на вивчення таких питань: основні етапи розвитку PR-технологій; мета застосування PR-технологій; загальні цілі PR-технологій; завдання та функції PR-технологій; характеристика основних складових елементів PR-технологій; визначення публісیتی; планування та впровадження PR-компанії; особливості роботи зі ЗМІ; основні елементи фірмового стилю; підготовка та аналіз звітів про проведені PR-заходи, критерії ефективності PR-заходів щодо формування громадської думки; подолання кризових явищ в індустрії готельно-ресторанного бізнесу.

Політика курсу. Для забезпечення високої якості знань необхідно виконувати наступні умови: не пропускати та не спізнюватись на навчальні заняття; систематично брати активну участь у освітньому процесі; чітко й вчасно виконувати практичні й індивідуальні завдання; брати активну участь у розробці групових проєктів на замовлення міських органів влади та представників малого та середнього бізнесу; використовувати в самостійній роботі, а також під час проведення заняття сучасні програмні продукти;

відпрацьовувати пропущені заняття на освітньому порталі та на консультаціях разом із викладачем; дотримуватись академічної доброчесності.

Орієнтовний перелік тем лекцій:

1. PR-технології: сутність, зміст та історія розвитку в Україні та світі.
2. Моделі та форми PR-технологій.
3. Основні засоби і заходи PR-технологій готельно-ресторанного бізнесу.
4. Реклама у діяльності готельно-ресторанного бізнесу.
5. Організація та технологічні особливості PR-кампаній.
6. Основи функціонування середовища Public Relations.
7. Роль PR-технологій у досягненні ефективної роботи організацій у готельно-ресторанному бізнесі. Подолання криз.

Орієнтовний перелік тем практичних занять:

1. Семінар-дискус «Значення PR-технологій у готельно-ресторанному бізнесі та у суспільстві загалом».
2. Порівняння основних моделей PR-технологій.
3. Дослідження проблематики психологічного впливу на людину.
4. Організація та проведення проектної фокус-групи щодо обговорення створення нового інформаційного продукту.
5. Ілюстрація на прикладах різних PR-технологій.
6. Оцінка ефективності PR-програми.
7. Побудова схеми проведення PR-кампанії.
8. Складання плану та бюджету рекламної кампанії.
9. Побудова графіків проведення рекламної кампанії у готельно-ресторанному бізнесі.
10. Визначення популярної сфери вживання «конфліктних» технологій.
11. Створення PR-тексту за тематикою.
12. Розробка паблісіті, прес-релізу або будь-якого інший виду текстового піару, що буде засновуватися на певних видах PR-технологіях.
13. Розрахунок ефективної стратегії PR-технологій в готельно-ресторанному бізнесі.
14. Складання «антикризової PR-програми» для підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

Перелік рекомендованої літератури:

1. Королько В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика. практика. Підручник / В.Королько, О.Некрасова. – К.: Видавництво Києво-Могилянська академія, 2009. – 831 с.
2. Основи реклами і зв'язків із громадськістю: підручник / За заг. ред. В.Ф.Іванова, В.В.Різуна. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. – 431 с
3. Королько В., Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика. практика. Підручник / В.Королько, О.Некрасова. – К.: Видавництво Києво-Могилянська академія, 2009. – 831 с.
4. Albert E. Kudrle, Melvin Sandler. Public Relations for Hospitality Managers: Communicating for Greater Profits 1st Edition. Wiley, 2005.- 264 p.
5. Shah A. Covid-19: What It Means For Technology PR. ProvokeMedia, 2020.