



Львівський університет бізнесу та права

Лектор дисципліни
Контактна інформація
лектора (e-mail)

СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «PR-ТЕХНОЛОГІЇ У СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ»

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Спеціальність	241 «Готельно-ресторанна справа»
Освітньо-наукова програма	Готельно-ресторанна справа
Рік навчання	3
Семестр	6
Форма навчання	денна
Кількість кредитів ЄКТС	4
Мова викладання	українська

к.е.н. Ярина ПАСЬ

yaruna86@ukr.net

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Мета дисципліни «PR-технології у сфері обслуговування» є формування системи знань про види PR, особливості PR-технологій, механізмів їх створення та впливу в індустрії гостинності; комплекс знань, умінь і навичок, необхідних для підвищення ефективності професійної діяльності за допомогою засобів інформаційних технологій в індустрії гостинності.

Основними завданнями дисципліни «PR-технології у сфері обслуговування» є вивчення теоретичних аспектів впливу PR та особливостей PR-технологій в індустрії гостинності, ознайомлення з організаційними аспектами створення інформаційних продуктів PR, їх цілями та засобами здійснення в індустрії гостинності; характеристика інформаційних кампаній для готельної та ресторанної галузей; формування навичок аналізу змісту та складових впливу інформаційних продуктів; здійснення окремих PR-технологій в індустрії гостинності та прогноз їх ефективності в залежності від адресації; ознайомлення з ефектами впливу PR та процесом формування іміджу готельного та ресторанного підприємства; отримання і закріплення знань студентами в сфері використання інформаційних технологій і систем в індустрії гостинності, їх інформаційного та програмного забезпечення.

Вивчивши дисципліну «PR-технології у сфері обслуговування» студент повинен

знати: історію становлення та розвитку PR; сутність PR та психологічні особливості цього явища; види PR; особливості створення інформації PR, взаємодія PR та ЗМІ, участь індивідів, груп, владних структур у створенні цього продукту; особливості впливу PR на індивіда, групи, суспільство; основні типи іміджу; особливості іміджу підприємств індустрії гостинності;

вміти: оцінювати рекламну та PR-ефективність діяльності готельних і ресторанних підприємств; вибирати джерела та канали інформації, систематизувати та обробляти інформацію; здійснювати документальний, фактографічний та семантичний пошук інформації, узагальнювати соціально-психологічну інформацію, формулювати висновки та пропозиції; розробляти та надавати рекомендації щодо організації та проведення пропагандистських, PR-акцій готельних і ресторанних підприємств; використовувати системи бронювання і резервування.

СТРУКТУРА ДИЦИПЛІНИ

Тема	Години (лекції/ практичні)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
Тема 1. Сутність, зміст та історія розвитку PR	4/4	Знати об'єкт, предмет і мета PR, підходи до формулювання поняття Public relations, напрями регулювання відносин з громадськістю. Принципи, за якими повинні будуватися зв'язки з громадськістю. Історичні передумови формування Public relations. Етапи в історії розвитку Public relations	Питання, виконання самостійної роботи	5
Тема 2. Моделі PR. Форми PR-діяльності. Функції діяльності PR-працівників	4/4	Знати структуру основні моделі PR, форми PR-діяльності, функції діяльності PR-працівників	Питання, виконання самостійної роботи.	5
Тема 3. Психологічні аспекти PR-технологій	4/4	Знати сутність понять «технологія» і «PR-технологія», сутність поняття «психотехніка» та її завдання, сутність поняття «психотехнологія» основні класифікації PR-технологій за ознаками, основні етапи технологій «паблік рілейшинз», вміти застосовувати знання з прикладної психології у сфері зв'язків з громадськістю	Питання, виконання самостійної роботи, методичні завдання.	5
Тема 4. Вимоги до створення інформаційного продукту PR	4/4	Знати сутність інформації, класифікацію інформації за ступенем надійності, структуру інформаційного продукту, особливості інформаційного продукту та методи його створення, цілі працівника сфери PR	Питання, тести, виконання самостійної роботи.	5
Тема 5. Основні засоби і заходи PR	4/4	Знати особливості public relations у сфері обслуговування, структуру PR, засоби PR у відносинах із громадськістю, характеристику спічрайтингу, структуру PR у сфері ЗМІ, методи вимірювання ефективності PR-програм та PR-діяльності, етапи оцінювання ефективності PR-програми, правила оцінювання ефективності PR-програми	Питання, тести, виконання самостійної роботи, методичні завдання.	5
Тема 6. Реклама у діяльності готельно-ресторанній сфері	4/4	Знати цілі реклами, умови підвищення ефективності реклами, сутність понять «бренд» і «брендінг», підходи до побудови успішного бренда, види реклами за територіальною ознакою та інтенсивністю.	Питання, тести, виконання самостійної роботи, методичні завдання	5
Тема 7. Організація та технологічні особливості PR-кампаній	4/4	Розуміти поняття «PR-кампанія», взаємозв'язок між поняттями «PR-кампанія», «PR-операція», «PR-діяльність», структура PR-кампанії, характеристику базового суб'єкта PR, види технологічних суб'єктів PR, об'єкт PR-кампанії, основні характеристики PR-кампаній, схему проведення PR-кампанії, види PR-кампаній за предметною спрямованістю, види PR-кампаній за характером технологічної PR-задачі	Питання, тести, виконання самостійної роботи	5

Тема 8. Середовище public relations	4/4	Знати завдання комунікатора, зміст і структуру каналів комунікації, бар'єри сприйняття PR-звернень, класифікацію комунікативних стратегій PR-відповідно до засобів впливу, які використовуються, чинники, що впливають на розробку тактики PR-звернень, етапи ухвалення рішення щодо тактики засобів розповсюдження PR-повідомлень	Питання, виконання самостійної роботи, методичні завдання	5
Всього	32/32			
Всього балів за поточний контроль				40
Екзаменаційна оцінка				60
Всього				100

ПРОГРАМНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ

Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми діяльності суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу, що передбачає застосування теорій та методів системи наук, які формують концепції гостинності і характеризується комплексністю та невизначеністю умов
Програмні компетентності вивчення дисципліни	загальні: ЗК 02. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо, реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. ЗК 03. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями ЗК 04. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК 05. Здатність працювати в команді. ЗК 06. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово ЗК 07. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності ЗК 08. Навики здійснення безпечної діяльності ЗК 09. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу ЗК 10. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях ЗК 11. Здатність спілкуватися іноземною мовою фахових: СК 01. Розуміння предметної області і специфіки професійної діяльності. СК 04. Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії. СК 05. Здатність управляти підприємством, приймати рішення у господарській діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу. СК 06. Здатність проектувати технологічний процес виробництва продукції і послуг та сервісний процес реалізації основних і додаткових послуг у підприємствах (закладах) готельно-ресторанного та рекреаційного господарства СК 07. Здатність розробляти нові послуги (продукцію) з використанням інноваційних технологій виробництва та обслуговування споживачів.

	СК 08. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання готельних та ресторанних послуг для різних сегментів споживачів СК 09. Здатність здійснювати підбір технологічного устаткування та обладнання, вирішувати питання раціонального використання просторових та матеріальних ресурсів. СК 10. Здатність працювати з технічною, економічною, технологічною та іншою документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом готельного та ресторанного бізнесу. СК 11. Здатність виявляти, визначати й оцінювати ознаки, властивості і показники якості продукції та послуг, що впливають на рівень забезпечення вимог споживачів у сфері гостинності; СК 12. Здатність ініціювати концепцію розвитку бізнесу, формулювати бізнес-ідею розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу
Програмні результати навчання	РН 08. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами готельних та ресторанних послуг РН 18. Презентувати власні проекти і розробки, аргументувати свої пропозиції щодо розвитку бізнесу. РН 19. Діяти у відповідності з принципами соціальної відповідальності та громадянської свідомості

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів та перескладання	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання відбувається із дозволу лектора 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). Курсові роботи, реферати повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу.
Політика щодо відвідування	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально.

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ

Оцінка за національною шкалою	Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS
відмінно	90 – 100	A
добре	82 – 89	B
	74 – 81	C
задовільно	64 – 73	D
	60 – 63	E
незадовільно з можливістю повторного складання	35 – 59	FX
незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	0 – 34	F

ЛІТЕРАТУРА ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ДЖЕРЕЛА

Основна література	1. Королько В.Г. Основи паблік рилейшнз : Посібник. К.: НАН України, Ін-т соціології, 2015. 334 с. 2. Королько В.Г. Паблік рилейшнз: наукові основи, методика, практика. Київ : Скарби, 2018. 399 с. 3. Діброва Т. Г., Солнцев С. О., Бажеріна К. В. Рекламний менеджмент: теорія і практика: підручник. Київ: КПП ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2018. 300 с. 4. Матвієнко О.В., Бородіна І Л. Internet-технології: проектування Web-сторінки: Навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2016. 154 с. 5. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління: Навч. посіб. К. : МАУП, 2017. 104 с. 6. Паньків Н. Середовище Іміджологія та PR в туризмі: Public Relations. навчально-методичний посібн. Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2017. 120 с.
Інформаційні ресурси	1. Веб-сайт Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського URL:http://archive.nbuv.gov.ua. 2. Веб-сайт Національна парламентська бібліотека України. URL: http://www.rada.kiev.ua/LIBRARY/index.htm. 3. Веб-сайт Львівської національної наукової бібліотеки України ім. В. Стефаника URL: www.lsl.lviv.ua. 4. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: http://zakon1.rada.gov.ua