

ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



ПОГОДЖУЮ

Гарант освітньої програми

Вікторія ГРАНОВСЬКА

31 " *08* 2021 року

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Олена МОРОЗОВА

Протокол засідання кафедри

готельно-ресторанного та туристичного
бізнесу й іноземних мов ХДАЕУ

від " *30* " *08* 2021 року № *1*

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Паблік релейшен у готельно-ресторанному бізнесі

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський) рівень

Освітня програма – Готельно-ресторанна справа

Спеціальність – 241 Готельно-ресторанна справа

Галузь знань – 24 Сфера обслуговування

1. Загальна інформація

Назва навчальної дисципліни	Паблік релейшен у готельно-ресторанному бізнесі
Факультет	Економічний
Назва кафедри	Кафедра готельно-ресторанного та туристичного бізнесу й іноземних мов
Викладач	<u>Морозова Олена Сергіївна</u> – кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу й іноземних мов; <u>Дуга Вікторія Олександрівна</u> , старший викладач кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу й іноземних мов;
Контактна інформація	<u>Морозова Олена Сергіївна</u> : +380668239287, E-mail: lena_morozova2015@ukr.net E-mail: kafturbiz@gmail.com <u>Дуга Вікторія Олександрівна</u> : +38(098)5803023; <u>v.dyga@i.ua</u> ; kafturbiz@gmail.com
Графік консультацій	<u>Морозова Олена Сергіївна</u> Очні консультації: кожна середа 15.00 - 16.00, ауд. 13, ФРГП корпус Консультації online: Viber +380668239287, Zoom <u>Дуга Вікторія Олександрівна</u> : Очні консультації: вівторок, середа 13:30 – 14.50 (м.Херсон, вул. Стрітенська, ХДАЕУ, корпус №3, ауд. 3-12). Консультації online: Viber +3809803023; ZOOM 849 026 6718
Програма дисципліни	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність, принципи і функції паблік релейшнз 2. Моделі PR. Форми PR-діяльності. Функції діяльності PR-працівників 3. Громадськість і громадська думка у PR-діяльності у готельно-ресторанному бізнесі 4. Вимоги до створення інформаційного продукту PR у готельно-ресторанному бізнесі 5. Основні засоби і заходи PR у готельно-ресторанному бізнесі 6. Регулювання PR-діяльності. Етика в PR у готельно-ресторанному бізнесі 7. Спеціальні заходи в PR у готельно-ресторанному бізнесі 8. Реклама у діяльності готельно-ресторанній сфері 9. PR-інструментарій: сутність і класифікація 10. Розробка PR-стратегій в залежності від позиції іміджу у готельно-ресторанному бізнесі 11. Паблік релейшнз у конфліктних та кризових ситуаціях у готельно-ресторанному бізнесі 12. Процес управління паблік релейшнз у готельно-ресторанному бізнесі 13. Комплексна маркетингова система паблік релейшнз-потенціалу як основа вдосконалення управління на сучасному етапі у готельно-ресторанному бізнесі 14. PR-тексти, їх різновиди та особливості у готельно-ресторанному бізнесі 15. Співпраця PR і ЗМІ. Особливості роботи PR-служби зі ЗМІ у готельно-ресторанному бізнесі

Мова викладання	Українська
------------------------	------------

2. Анотація курсу

Анотація курсу	Дисципліна є обов'язковою складовою навчального плану підготовки фахівців у сфері готельно-ресторанного обслуговування. Курс спрямований на засвоєння здобувачами видів PR, особливостей PR-технологій, механізмів їх створення та впливу у готельно-ресторанному бізнесі. У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувачі знатимуть основи формування позитивного іміджу підприємства готельного і ресторанного господарства; планування рекламних кампаній підприємства; вмітимуть орієнтуватися у професійному світі Public Relations; оцінювати ефективність Public Relations в готельно-ресторанному бізнесі.
Інформаційний пакет дисципліни	http://dspace.ksau.kherson.ua:8888/course/view.php?id=819

3. Мета та завдання курсу

Мета викладання дисципліни	Метою викладання дисципліни є забезпечення здобувачів знаннями і навичками, необхідних для підвищення ефективності діяльності підприємств готельно-ресторанної сфери за допомогою засобів PR-технологій
Завдання вивчення дисципліни	<p>Завдання курсу:</p> <ul style="list-style-type: none"> • надати здобувачам цілісне уявлення про сферу зв'язків з громадськістю, її завдання та перспективи; • ознайомити здобувачів з теоретичними основами Public Relations; • сформувати у здобувачів розуміння психологічних основ Public Relations, особливості сприймання інформації масовою аудиторією; • ознайомити здобувачів з прийомами формування громадської думки та позитивного іміджу підприємства готельно-ресторанної сфери; • сформувати вміння розробки та проведення PR-заходів та PR-кампаній відповідно до запиту; • сформувати вміння оцінювати ефективність PR-заходів та PR-кампаній, вивчати та враховувати громадську думку; • сформувати навички аналізу та оцінки проведених PR-кампаній на основі інформації з різних джерел.

4. Програмні компетентності та результати навчання

Компетентності здобувача вищої освіти, сформовані в результаті вивчення курсу	
Загальні	ЗК 03 Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями ЗК 04 Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій ЗК 10 Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях

Спеціальні (фахові)	СК 01 Розуміння предметної області і специфіки професійної діяльності. СК 02 Здатність організовувати сервісно-виробничий процес з урахуванням вимог і потреб споживачів та забезпечувати його ефективність СК 04 Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії СК 08 Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання готельних та ресторанних послуг для різних сегментів споживачів
ПРН	ПН 02 Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії готельної та ресторанної справи, організації обслуговування споживачів та діяльності суб'єктів ринку готельних та ресторанних послуг, а також суміжних наук. ПН 04 Аналізувати сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності та рекреаційного господарства. ПН 07 Організовувати процес обслуговування споживачів готельних та ресторанних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки ПН 08 Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами готельних та ресторанних послуг ПН 19 Діяти у відповідності з принципами соціальної відповідальності та громадянської свідомості

5. Місце навчальної дисципліни у структурі освітньої програми

Рік викладання	3-й
Семестр	5-й
Курс	3-й
Обов'язкова компонента / Вибіркова компонента	Обов'язкова компонента
Пререквізити	Ефективність засвоєння змісту дисципліни значно підвищиться, якщо здобувач попередньо опанував матеріал таких дисциплін як: «Вступ до фаху», «Основи індустрії гостинності», «Психологія», «Інформаційні системи та технології», «Етикет міжособистісних комунікацій в ГРС», «Економіка ГРБ», «Маркетинг ГРБ».
Постреквізити	«Організація і технологія ГРС», «Конкурентоспроможність підприємств сектору ГР послуг»

6. Обсяг курсу на поточний навчальний рік

Кількість кредитів / годин	4,0/120
Лекції (денна/заочна)	30/18
Практичні / Семінарські (денна/заочна)	30/18

Лабораторні	-
Самостійна робота (денна/заочна)	60/84
Форма підсумкового контролю	Екзамен

7. Технічне та програмне забезпечення / обладнання

Технічне та програмне забезпечення	Програмне забезпечення для роботи з освітнім контентом дисципліни та виконання передбачених видів освітньої діяльності: Moodle. вивчення курсу не потребує використання програмного забезпечення, крім загальноживаних програм та операційних систем Microsoft Office.
Обладнання	Ноутбук, персональний комп'ютер, мобільний пристрій (телефон, планшет) з підключенням до Інтернет, інше обладнання: мультимедійний проектор для: комунікації та опитувань; виконання домашніх завдань; виконання завдань самостійної роботи; проходження тестування (поточний, рубіжний, підсумковий контроль)

8. Політика курсу

Загальні вимоги	Здобувачі вищої освіти повинні планомірно та систематично засвоювати навчальний матеріал. Активно працювати під час практичних занять, брати участь в обговоренні дискусійних питань та кейсів, повною мірою долучатись до активних форм навчання. Заохочується робота у наукових гуртках, підготовка тез доповідей та участь у конференціях, підготовка та публікація наукових статей, участь у конкурсах наукових робіт та інше.
Політика щодо дедлайнів і перескладання	Письмові роботи, надані з порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75% від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Перескладання відбувається з дозволу провідного викладача за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
Політика щодо відвідування	Відвідування занять є обов'язковим. Процедура відпрацювання попущених занять з об'єктивних причин (хвороба, міжнародне стажування). Не запізнюватись на заняття. Дотримуватись техніки безпеки. Завчасно ознайомлюватись з темою практичної роботи. Пропущенні заняття відпрацьовувати у встановлений викладачем час.
Політика щодо виконання завдань	Позитивно оцінюються відповідальність, старанність, креативність, фундаментальність. Під час підготовки до практичних занять виконання самостійної роботи необхідно спиратись на конспект лекцій та рекомендовану літературу. Водночас вітається використання інших джерел з альтернативними поглядами на ті чи інші питання задля формування продуктивної дискусії та різнобічного вивчення тем дисципліни
Академічна доброчесність	Роботи здобувачів є виключно оригінальним дослідженням чи міркуванням. Будь-яке списування або плагіат (використання, копіювання підготовлених завдань та/або розв'язання задач іншими здобувачами) тягне за собою анулювання зароблених балів. Використання друкованих і електронних джерел інформації під час підсумкового контролю, виконання контрольних робіт заборонено. Списування під час контрольних, тестових

робіт та протягом іспиту заборонено.

9. Структура курсу

Номер тижня	Вид заняття	Тема заняття або завдання на самостійну роботу	Кількість				
			годин				балів
			лк	лаб.	сем. / пр.	СР	
Змістова частина 1							
МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПАБЛІК РІЛЕЙШІЗ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ							
1	Тема 1	Сутність, принципи і функції паблік рілейшіз	2	-	2	4	3
	Тема 2	Моделі PR. Форми PR-діяльності. Функції діяльності PR працівників	2	-	2	4	3
2	Тема 3	Громадськість і громадська думка у PR-діяльності у готельно-ресторанному бізнесі	2	-	2	4	3
3	Тема 4	Вимоги до створення інформаційного продукту PR у готельно-ресторанному бізнесі	2	-	2	4	3
4	Тема 5	Основні засоби і заходи PR у готельно-ресторанному бізнесі	2	-	2	4	3
5	Тема 6	Регулювання PR-діяльності. Етика в PR у готельно-ресторанному бізнесі	2	-	2	4	3
6	Тема 7	Спеціальні заходи в PR у готельно-ресторанному бізнесі	2	-	2	4	3
	ПК ЗЧ 1	Підсумкова контрольна робота №1					7
Змістова частина 2							
МОДЕЛІ PR-ЗАХОДІВ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ							
7	Тема 8	Реклама у діяльності готельно-ресторанній сфері	2	-	2	4	3
8	Тема 9	PR-інструментарій: сутність і класифікація	2	-	2	4	3

9	Тема 10	Розробка PR-стратегій в залежності від позиції іміджу у готельно-ресторанному бізнесі	2	-	2	4	3
10	Тема 11	Паблік релейшнз у конфліктних та кризових ситуаціях у готельно-ресторанному бізнесі	2	-	2	4	3
11	Тема 12	Процес управління паблік релейшнз-план у у готельно-ресторанному бізнесі	2	-	2	4	3
12	Тема 13	Комплексна маркетингова система паблік релейшнз-потенціалу як основа вдосконалення управління на сучасному етапі у готельно-ресторанному бізнесі	2	-	2	4	3
13	Тема 14	PR-тексти, їх різновиди та особливості	2	-	2	4	3
14	Тема 15	Співпраця PR і ЗМІ. Особливості роботи PR-служби зі ЗМІ	2	-	2	4	3
	ПК ЗЧ 2	Підсумкова контрольна робота №2					8
	Сума		30		30	60	60

10. Форми і методи навчання

Лекція	Словесні методи навчання: пояснення (інформаційно-повідомлювальне, інструктивне-практичне, пояснювально-спонукальне, система зображально-виражальних засобів. Словесний метод (лекція – вступна, тематична, оглядова, підсумкова). Проведення лекційних занять включає: викладення теоретичного матеріалу, оглядові лекції з використанням наочного матеріалу, опорного конспекту, лекції візуалізації з використанням мультимедійних технологій Наочні методи навчання, ілюстрування
Практичні /Семінарські	Презентації, демонстрація, обговорення, аналіз конкретних ситуацій, дискусія, бесіди, дебати, кейс-методи, роботи в малих групах тощо
Лабораторні	-
Самостійна робота	Здобувачі виконують завдання за планом

11. Система контролю та оцінювання

Поточний контроль
Форми участі студентів у навчальному процесі, які підлягають поточному контролю: усна відповідь; доповнення, запитання до того, хто відповідає; участь у дискусіях, інтерактивних формах організації заняття; розв'язання облікових задач, правильність аналітичних розрахунків;

письмові завдання (тестові, контрольні роботи); самостійне опрацювання тем; систематичність роботи на семінарських та практичних заняттях, активність під час обговорення проблемних питань.

Підсумковий контроль за змістовою частиною

Дві ПК ЗЧ передбачено за результатами вивчення тем змістової частини 1, змістової частини 2. Для проведення підсумкового контролю розроблено контрольні завдання. Варіанти завдань для підсумкового контролю є рівнозначні за трудомісткістю.

Підсумковий контроль

Форма проведення екзамену – письмова. Види запитань з відкритими відповідями. Загальна підсумкова оцінка з навчальної дисципліни складається із суми балів за поточну успішність (не більше 60 балів) та екзамен (не більше 40 балів).

Розподіл балів з дисципліни

Поточне оцінювання і контроль змістох частин (бали)																		Екзамен	Підсумкова оцінка (екзамен)					
Змістова частина 1										Змістова частина 2														
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	ПК ЗЧ 1	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T13			T14	T15	ПК ЗЧ 2		
Max 3	Max 3	Max 3	Max 3	Max 3	Max 3	Max 3	Max 3	Max 3	Max 3	Max 7	Max 3	Max 3	Max 3	Max 3	Max 3	Max 3	Max 3	Max 3	Max 3	Max 3	Max 3	Max 8	Max 40	Max 100

Шкала оцінювання

Шкала рейтингу ХДАЕУ	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
90-100	A	Відмінно	зараховано
82-89	B	Добре	
74-81	C		
64-73	D		
60-63	E	Задовільно	

35-59	FX	Незадовільно	не зараховано
1-34	F	Незадовільно (з обов'язковим повторним вивченням курсу)	

12. Рекомендована література та інформаційні ресурси

Основна література	<ol style="list-style-type: none"> 1. Королько В. Г. Основи публік рилейшнз: Посібник. – К.: НАН України, Ін-т соціології, 2015. – 334 с. 2. Паньків Н. Іміджелогія та PR в туризмі: навчально-методичний посібник / Н.Паньків. – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2017. – 120 с. 3. Почепцов Г. Г. Теорія комунікацій. – К.: ВЦ «Київський університет», 2015. – 308 с. 4. Романовський О.Г., Серета Н.В., Воробйова Є.В. Психологія публік рилейшнз: навчально-методичний посібник. Харків: НТУ "ХП", 2015. 176 с. 5. Ромат Є. В., Бучацька І. О., Дубовик Т. В. Зв'язки з громадськістю (базовий курс): навчальний посібник. Київський національний торговельно-економічний університет. Київ, 2016. 284 с. 6. Сергеева І.В. Психологія публік рилейшинз: курс лекцій. Слов'янськ: вид-во Б.І. Маторіна, 2016. 102 с. 7. Слісаренко І. Ю. Публік рилейшнз у системі комунікації та управління: Навч. посіб. – К.: МАУП, 2017. – 104 с. 8. Сучасні PR – технології: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / Уклад. А.М. Зленко – Бориспіль: Ризографіка, 2018. – 260 с. 9. Шавкун І. Г. Формування іміджу організації: [навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент»] / І.Г. Шавкун, Я.С. Дибчинська. - Запоріжжя: ЗНУ, 2016. - 111 с.
Додаткова	<ol style="list-style-type: none"> 1. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: Навчальний посібник/ О.В.Курбан – К.: Кондор, 2016 - 246с. 2. Ткаченко О.В. Основи психології та етикет професійного спілкування в туризмі[Текст]: навч. посіб. / О. В. Ткаченко, З. П. Зелінська ; Держ. проф. навч. закл. "Реґіон. центр проф. освіти ресторан.-готел., комунал. госп-ва, торгівлі та дизайну".– Харків : Світ Книг, 2020. – 201 с. 3. Seitel F. P. Practice of Public Relations. London: Macmillan, 2017. 464 p. 4. Ламперт К. Психология отелей, ресторанов и баров / К. Ламперт ; [перевод с английского А. В. Коченгин]. – Харьков : Гуманитарный центр, 2015. – 272 с. 5. Історія зв'язків із громадськістю : конспект лекцій. Укладач Н.С. Подоляка. Суми : Сумський державний університет, 2016. 158 с. 6. Морозова О.С. Інвестиційна привабливість туристичного бізнесу Південного регіону України / Морозова О.С., Морозов О.В., Морозов Р.В., Бабушкіна Р.О. // Бізнес – навігатор: науково – виробничий

	<p>журнал. – 2017. № 3 (42) – С. 71-85</p> <p>7. 3. Morozova, O.S., Determinants of the development of hotel and restaurant enterprises of Ukraine in the intersectoral industry of services / Hranovska, V.H., Krykunova, V.M., Morozova, O.S., Katsemir, Y.V., & Voloshchuk, V.V. // GeoJournal of Tourism and Geosites, 2021 (Scopus) - Vol. 35(2), p. 537–547</p> <p>8. 4. Lena Morozova, Methodology of Environmental Competence Formation in Tourism Business / Viktoriia Hranovska, Lena Morozova, Yana Katsemir Oleksandra Nenko // Management International Journal of Management Vol. 11 (6), 2020, pp. 801- 811.</p> <p>9. 5. Морозова О.С. Індустрія гостинності: перспективи її розвитку в Україні / Морозова О.С., Морозов О.В. // «Приазовський економічний вісник» Електроний науковий журнал - Випуск 2(19) 2020.</p>
<p>Інформаційні ресурси</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Журнал «Готельний та ресторанный бізнес»: http://prohotelia.com/magazine/ 2. Інтернет-портал “ProPR”: http://propr.com.ua/ru/newspr/ukraine. 3. Інтернет-портал про маркетинг, рекламу і ПР: http://reklamaster.com. 4. Інтернет-портал про маркетинг, рекламу і ПР: http://sostav.ua/section/advindustry/advcommunications/pr 5. Інтернет-портал про маркетинг, рекламу і ПР: http://www.proreklam.com