

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет географічний
Кафедра туризму та готельного господарства

СИЛАБУС

вибіркової навчальної дисципліни

РЕКЛАМА ТА PR-ТЕХНОЛОГІЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ
БІЗНЕСІ

підготовки бакалавра

спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа
освітньо-професійної програми Готельно-ресторанна справа

Луцьк – 2020

Силабус навчальної дисципліни «РЕКЛАМА ТА PR-ТЕХНОЛОГІЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ» підготовки бакалавра, галузі знань 24 Сфера обслуговування, спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа за освітньо-професійною програмою Готельно-ресторанна справа

Розробник: Громко Лілія Сергіївна, к.е.н., доц.

Силабус навчальної дисципліни затверджено на засіданні кафедри туризму та готельного господарства
протокол № 1 від 28 серпня 2020 р.

Завідувач кафедри:



Ільїн Л.В.

I. Опис навчальної дисципліни

| Найменування показників | Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма Освітній рівень | Характеристика навчальної дисципліни |
|--------------------------------|--|--------------------------------------|
| | | Денна форма навчання |
| Кількість кредитів – 5 | Галузь знань: 24 Сфера обслуговування Спеціальність: 241 Готельно-ресторанна справа Освітньо-професійна програма: Готельно-ресторанна справа | Вибіркова |
| Модулів – 2 | | Рік підготовки – 2 |
| Змістових модулів – 2 | | Семестр – 3 |
| ІНДЗ: немає | | Лекції – 24 год. |
| Загальна кількість годин – 150 | | Практичні – 26 год. |
| Тижневих годин: аудиторних – 3 | Бакалавр | Самостійна робота – 90 год. |
| | | Консультації – 10 год. |
| | | Форма контролю: залік |
| Мова навчання | | Українська |

II. Інформація про викладача

Викладач: Громко Лілія Сергіївна, кандидат економічних наук, доцент

Контактна інформація викладача:

Телефон 0660793032

Електронна пошта: hromko.lilia@eenu.edu.ua

Адреса викладання курсу: вул. Потапова, 9, корпус С ВНУ імені Лесі Українки

Кафедра – туризму та готельного господарства

Факультет – географічний

Дні занять розміщено на <http://194.44.187.20/cgi-bin/timetable.cgi?n=700>

III. Опис дисципліни

1. Анотація курсу.

Дисципліна «Реклама та PR-технології в готельно-ресторанному бізнесі» спрямована на надання студентам ґрунтовних знань щодо організації роботи центру по зв'язках із громадськістю, роботи прес-служби; підготовку рекламних кампаній; організації брифінгів і прес-конференцій, а також виставок і ярмарок; щодо моніторингу інформаційного простору.

2. Постреквізити дисципліни. Вивчення дисципліни сприятиме кращому засвоєнню таких дисциплін, як: «Маркетинг туризму та готельно-ресторанного господарства», «Ціноутворення».

3. Мета і завдання навчальної дисципліни.

Метою дисципліни є засвоєння студентами видів PR та реклами, особливостей PR-технологій, механізмів створення рекламних та PR-кампаній та їх впливу на розвиток підприємств готельно-ресторанної сфери.

Завдання курсу:

- вивчення теоретичних аспектів впливу PR та реклами й особливостей PR-технологій;

- оволодіння та подальше вільне оперування професійною термінологією, використовуваною в даній сфері практичної діяльності;

- оволодіння студентами навичками аналізу змісту та складових впливу інформаційних продуктів.

4. Результати навчання (компетентності) спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа».

Загальні компетентності (ЗК):

- ЗК 03. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
- ЗК 10. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

Спеціальні (фахові) компетентності (СК):

- ФК 01. Розуміння предметної області і специфіки професійної діяльності.
- ФК 02. Здатність організувати сервісно-виробничий процес з урахуванням вимог і потреб споживачів та забезпечувати його ефективність.
- ФК 04. Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії.
- ФК 12. Здатність ініціювати концепцію розвитку бізнесу, формулювати бізнес-ідею розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

Результати навчання (РН):

- РН 03. Вільно спілкуватися з професійних питань державною та іноземною мовами усно і письмово.
- 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.
- РН 10. Розробляти нові послуги (продукцію), використовуючи сучасні технології виробництва та обслуговування споживачів.
- РН 11. Застосовувати сучасні інформаційні технології для організації роботи закладів готельного та ресторанного господарства.
- РН 16. Виконувати самостійно завдання, розв'язувати задачі і проблеми, застосовувати їх в різних професійних ситуаціях та відповідати за результати своєї діяльності.
- РН 18. Презентувати власні проекти і розробки, аргументувати свої пропозиції щодо розвитку бізнесу.

5. Структура навчальної дисципліни

| Назви змістових модулів і тем | Усього | Лек. | Практ. | Сам. роб. | Конс. | Форма контролю. Бали |
|---|--------|------|--------|-----------|-------|--|
| Змістовий модуль 1. Методологічні основи реклами. | | | | | | |
| Тема 1: Поняття, сутність, завдання, види і засоби реклами. | 14 | 2 | 2 | 9 | 1 | усне опитування, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 4 бали. |
| Тема 2: Рекламодавець, рекламне агентство, рекламна кампанія. Етапи та рівні ефективності рекламних комунікацій | 14 | 2 | 2 | 9 | 1 | усне опитування, тестові завдання, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 4 бали. |
| Тема 3: Рекламний маркетинг, медіапланування. Ефекти комунікації і рекламні стратегії. | 14 | 2 | 2 | 9 | 1 | усне опитування, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 4 бали. |
| Тема 4: Медіа як рекламоносій. | 16 | 2 | 4 | 9 | 1 | усне опитування, тестові завдання, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 4 бали. |
| Тема 5: Особливості створення рекламних кампаній | 18 | 4 | 4 | 9 | 1 | усне опитування, тестові завдання, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 4 бали. |

| | | | | | | |
|--|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|--|
| Разом за змістовим модулем 1 | 76 | 12 | 14 | 45 | 5 | тести, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 30 балів |
| Змістовий модуль 2. Методологічні особливості PR | | | | | | |
| Тема 6: Поняття, сутність, завдання паблік рілейшнз | 14 | 2 | 2 | 9 | 1 | усне опитування, тестові завдання, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 4 бали. |
| Тема 7: Моделі PR. Форми PR-діяльності. Функції діяльності PR-працівників. | 14 | 2 | 2 | 9 | 1 | усне опитування, тестові завдання, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 4 бали. |
| Тема 8: Психологічні аспекти PR-технологій | 14 | 2 | 2 | 9 | 1 | усне опитування, тестові завдання, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 4 бали. |
| Тема 9. Роль PR у досягненні ефективної роботи організацій | 18 | 4 | 4 | 9 | 1 | усне опитування, тестові завдання, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 4 бали. |
| Тема 10. Організація та технологічні особливості PR-кампаній. | 14 | 2 | 2 | 9 | 1 | усне опитування, тестові завдання, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 4 бали. |
| Разом за змістовим модулем 2 | 74 | 12 | 12 | 45 | 5 | тести, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 30 балів |
| Усього годин | 150 | 24 | 26 | 90 | 10 | Максимальна оцінка 100 балів. |

б. Завдання для самостійного опрацювання.

| № з/п | Тема | Кількість годин |
|-------|---|-----------------|
| 1 | Тема 1: Поняття, сутність, завдання, види і засоби реклами. | 9 |
| 2 | Тема 2: Рекламодавець, рекламне агентство, рекламна кампанія. Етапи та рівні ефективності рекламних комунікацій | 9 |
| 3 | Тема 3: Рекламний маркетинг, медіапланування, Ефекти комунікації і рекламні стратегії. | 9 |
| 4 | Тема 4: Медіа як рекламоносії. | 9 |
| 5 | Тема 5: Особливості створення рекламних кампаній | 9 |
| 6 | Тема 6: Поняття, сутність, завдання паблік рілейшнз | 9 |
| 7 | Тема 7: Моделі PR. Форми PR-діяльності. Функції діяльності PR-працівників. | 9 |
| 8 | Тема 8: Психологічні аспекти PR-технологій | 9 |
| 9 | Тема 9. Роль PR у досягненні ефективної роботи організацій | 9 |
| 10 | Тема 10. Організація та технологічні особливості PR-кампаній. | 9 |
| | Разом | 90 |

IV. Політика оцінювання

Оцінювання знань студентів з навчальних дисциплін здійснюється на основі результатів поточного контролю й модульного контролю знань.

Результати поточного контролю: оцінки за виконання студентом практичних робіт; оцінка за виконання самостійної роботи.

Відвідування занять є обов'язковим. Студенти зобов'язані дотримуватися термінів, визначених для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених курсом. У разі відсутності через хворобу надати відповідну довідку. Пропущені заняття відпрацьовувати під час консультацій. Студент повинен старанно виконувати завдання, брати активну участь у навчальному процесі.

Політика щодо академічної доброчесності. Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені.

Вимоги до академічної доброчесності визначаються «Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату у науково-дослідній діяльності здобувачів вищої освіти та науково-педагогічних працівників ВНУ ім. Лесі Українки», що розміщується на сайті

університету за посиланням: <https://ra.eenu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/11/Polozhennya-Antyplagiat.pdf>.

Політика щодо дедлайнів та перескладання. Терміни здачі практичних робіт, самостійної роботи повідомляє викладач на перших аудиторних заняття з дисципліни або прописує на інтернет-платформі курсу. Перескладання завдань поточного контролю та модульного контролю при вивченні дисципліни «Управління персоналом» узгоджується з політикою ЗВО.

V. Підсумковий контроль

Формою підсумкового контролю є залік.

Якщо студент успішно виконав усі запропоновані викладачем завдання й отримав остаточну оцінку не менше, ніж 60 балів, підсумкову оцінку він отримує без складання заліку. Така оцінка виставляється в день проведення заліку за умови обов'язкової присутності студента.

Якщо студент отримав остаточну оцінку нижчу за 60 балів, підсумкова оцінка визначається як сума балів, отриманих за поточний контроль (максимум 40 балів) та залікової оцінки (максимум 60 балів).

Залікова оцінка визначається за результатами виконання залікових завдань, які вміщують 30 тестових та 2 практичні завдання.

VI. Шкала оцінювання

| Оцінка в балах за всі види навчальної діяльності | Оцінка |
|--|--------------|
| 90 – 100 | Відмінно |
| 82 – 89 | Дуже добре |
| 75 – 81 | Добре |
| 67 – 74 | Задовільно |
| 60 – 66 | Достатньо |
| 1 – 59 | Незадовільно |

VII. Рекомендована література та інтернет-ресурси

Основна

1. Бове К. Л., Аренс У. Ф. Современная реклама / Пер. с англ./ Общ. ред. проф. О. А. Феофанова. Тольятти. ИД «Довгань», 2015. 704 с.
2. Губерський Л. В., Іванов В. Ф., Москаленко А. З. Основи масової інформаційної діяльності. К. : ЦВЛ, 2014. 436 с.
3. Королько В. Г. Основи публік рилейшнз : Посібник. К. :НАН України, Ін-т соціології, 2015. 334 с.
4. Почепцов Г. Г. Теорія комунікацій. К. : ВЦ «Київський університет», 2015. 308 с.
5. Прохоренко К. М. PR-технології в готельно-ресторанному бізнесі: навч. посіб. Львів: Вид-во Львів. комерц. акад., 2011. 239 с
6. Слісаренко І. Ю. Публік рилейшнз у системі комунікації та управління: Навч. посіб. К. : МАУП, 2017. 104 с.

Додаткова

1. Українське законодавство: засоби масової інформації. Київ: Міжнародний фонд «Відродження», Інформаційний прес-центр IREX ПроМедіа, 2014. 256 с
2. Паньків Н. Середовище Іміджологія та PR в туризмі: Public Relations. навчально-методичний посібн. Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2017. 120 с.

Інтернет-ресурси

1. Джефкінс Ф. Реклама. URL: http://pidruchniki.ws/000000000/marketing/reklama_-_dzhefkins_f.
2. Інтернет-портал "ProPR". URL: <http://propr.com.ua/ru/newspr/ukraine>.
3. Інтернет-портал про маркетинг, рекламу і ПР. URL: <http://sostav.ua/section/advindustry/advcommunications/pr>

Викладач

Л.С. Громко