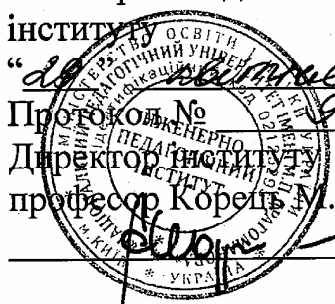


Міністерство освіти і науки України  
Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова

«ЗАТВЕРДЖЕНО»  
на засіданні Вченої ради  
Інженерно-педагогічного  
інституту  
" 20 листопада 20 15 р.  
Протокол № \_\_\_\_\_  
Директор інституту \_\_\_\_\_  
професор Кореня А. С.



**ПРОГРАМА**  
вибіркову навчальну дисципліну  
(за вибором університету)

**ІМІДЖЕЛОГІЯ ТА PR-ТЕХНОЛОГІЇ ГОСТИННОСТІ**

освітнього рівня бакалавр  
галузі знань 0101 Педагогічна освіта  
напряму підготовки 6.010104 Професійна освіта  
(за профілем "Готельно-ресторанна справа")  
Шифр за навчальним планом ВПП 4.2.4

Київ  
2016 рік

УДК 338.46 (073)  
ББК 65.432 р 30 – 211  
I52

Розробник програми:

**Зубар Надія Миколаївна**, кандидат технічних наук, доцент, професор кафедри промислової інженерії та сервісу Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова;

Рецензенти:

**Обозний Василь Васильович**, доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри туризму факультету природничо-географічної освіти та екології НПУ імені М.П. Драгоманова;

**Полуда Вікторія Володимирівна**, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри готельно-ресторанної справи Київського університету туризму, економіки і права.

УДК 338.46 (073)  
ББК 65.432 р 30 – 211  
© Видавництво НПУ імені М. П. Драгоманова, 2016  
© Зубар Н. М., 2016

## **I. Пояснювальна записка**

Програма вибіркової навчальної дисципліни за вибором навчального закладу «Іміджелогія та PR-технології гостинності» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки фахівців освітнього рівня бакалавр галузі знань 0101 Педагогічна освіта, напряму підготовки 6.010104 Професійна освіта за профілем «Готельно-ресторанна справа» (спеціалізація – готельна справа).

**Предмет** вивчення навчальної дисципліни - система взаємовідносин підприємства готельного господарства з різними групами громадськості, методи та прийоми PR-технологій у гостинності, формування та підтримки його іміджу.

### **Міждисциплінарні зв'язки:**

Вивчення навчальної дисципліни «Іміджелогія та PR-технології гостинності» базується на знаннях, які студенти отримали після вивчення дисциплін циклу математичної, природничо-наукової підготовки: «Основи економічної теорії», «Інформаційні системи та комп'ютерні технології». Найбільшою мірою дисципліна «Іміджелогія та PR-технології гостинності» спирається на теоретичні знання і практичні навички, сформовані при вивченні нормативних дисциплін циклу професійної та практичної підготовки: «Організація готельного господарства», «Менеджмент готельно-ресторанного господарства», «Маркетинг готельного і ресторанного господарства».

Знання, отримані при вивченні дисципліни, можуть бути використані при написанні курсових та кваліфікованих робіт.

### **Мета і завдання навчальної дисципліни:**

Метою викладання навчальної дисципліни «Іміджелогія та PR-технології гостинності» є формування компетентностей з питань створення іміджу готельного підприємства; організації позитивної громадської думки завдяки різноманітним PR – заходам.

**Основними завданнями** вивчення дисципліни «Іміджелогія та PR-технології гостинності» є формування системи знань та професійних вмінь в

галузі паблік рилейшнз, планування PR – заходів, аналізу їх ефективності; розроблення концептуального іміджу підприємства; аналізу взаємозв'язку корпоративного іміджу та корпоративної репутації.

**Основні результати навчання і компетентності згідно з вимогами освітньо-професійної програми:**

№ з/п	Результати навчання	Компетентності
1.	<p><b>Знати:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основні поняття дисципліни;</li> <li>– ключові групи громадськості та специфіку співпраці з ними;</li> <li>– організаційні форми PR-діяльності, оптимальне їх використання в індустрії гостинності;</li> <li>– технології формування зовнішнього та внутрішнього іміджу готельного підприємства.</li> </ul> <p><b>Вміти:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– сегментувати громадськість та визначати пріоритетні ключові групи громадськості для готельного підприємства;</li> <li>– співпрацювати із засобами масової інформації;</li> <li>– аналізувати ситуацію та впливати на організацію комунікації, формувати корпоративну культуру;</li> <li>– формувати власний імідж та навички презентації;</li> <li>– підвищити власний творчий потенціал;</li> <li>– планувати та організовувати PR-акції та PR-кампанії в готельному бізнесі.</li> </ul>	<p><b>Організаційна компетентність:</b></p> <p>здатність розробляти концепції позиціонування на ринку послуг, застосовувати інноваційні технології організації діяльності закладу та створення клієнтоорієнтованого готельного та ресторанного продукту (послуги) для формування позитивного іміджу.</p>
2.	<p><b>Знати:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– стандарти поведінки та ділового спілкування при проведенні PR-акції та PR-кампанії в готельному бізнесі;</li> <li>– етичні норми поведінки при проведенні PR-акції та PR-кампанії в готельному бізнесі;</li> </ul> <p><b>Вміти:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– визначати професійні та етичні принципи роботи PR-фахівців;</li> <li>– володіти комунікативними вміннями ділового спілкування;</li> <li>– ефективно, оперативно, компетентно формувати і корегувати імідж готельного підприємства засобами PR.</li> </ul>	<p><b>Сервісна компетентність:</b></p> <p>готовність до сервісної діяльності відповідно до рекреаційних потреб гостей, враховуючи їхні етнокультурні, історичні та релігійні традиції і застосовуючи сучасні сервісні технології, нові форми і способи обслуговування та впровадження останніх досягнень зарубіжного досвіду у сфері гостинності.</p>

## II. Обсяг навчальної дисципліни

На вивчення навчальної дисципліни «Іміджелогія та PR-технології гостинності» відводиться 2 кредити ЄКТС 72 години.

### **III. Зміст навчальної дисципліни за модулями і темами**

#### **Модуль I. Теоретичні основи іміджології та PR-технології у готельному бізнесі**

##### ***Тема 1. Імідж готельного підприємства як складова індустрії гостинності***

Історія розвитку іміджології. Роль іміджу підприємства готельного господарства в індустрії гостинності. Завдання іміджології у готельному бізнесі. Психологія натовпу. Поняття “масова свідомість”. Іміджологія як теорія природних ієрархій.

Мета та завдання дисципліни «Іміджеологія та PR-технології гостинності».

##### ***Тема 2. Іміджева ідеологія у індустрії гостинності***

Поняття і функції іміджу. Різновиди іміджу. Елементи іміджу готельного підприємства.

Торговельна марка та бренд. Брендінг. Поняття фірмовий стиль, його складові. Значення іміджу та іміджування в сфері гостинності.

Корпоративна репутація: проблема взаємозв'язку понять «репутація» та «імідж». Чинники корпоративної репутації.

Реклама корпоративного іміджу: PR–реклама іміджу, іміджеві атрибутика організації. Роль працівників у створенні позитивного іміджу готельного підприємства.

##### ***Тема 3. Сутність публік релейшнз (PR) у готельного бізнесу***

Історичні моделі та етапи розвитку PR як науки. Місце публік релейшнз у готельному бізнесі. Громадськість та громадська думка. Принципи і функції PR у готельній індустрії.

Поняття громадськості та громадської думки. Типологія громадськості. Визначення цільових і пріоритетних груп громадськості у готельній індустрії. Основні підходи до визначення цільових груп громадськості. Формальні та неформальні методи дослідження.

#### ***Тема 4. Відносини готельного підприємства із ключовими групами громадськості***

Відносини готельного підприємства з основними групами громадськості. Відносини готельного підприємства із споживачами: цілі відносин зі споживачами; просування товарів та послуг; офіс розбору претензій.

Відносини з персоналом готелю: принципи сучасних комунікацій із персоналом; засоби внутрішньо організаційних комунікацій.

Відносини готельних підприємств з державою і місцевою громадськістю: лобіювання; комітети політичної дії; робота з місцевими органами управління і місцевою громадськістю.

Відносини готелю з інвесторами: програма відносин з інвесторами; джерела інформації для інвесторів; інструменти фінансових комунікацій корпорації: річний звіт; річні збори акціонерів; спеціалізовані засоби фінансових комунікацій; принципи успішного ведення комунікацій з інвесторами.

#### ***Тема 5. Технологія організації зв'язків підприємства готельного бізнесу із засобами масової інформації (ЗМІ)***

Характеристика масових комунікацій і ЗМІ. Класифікація засобів масової інформації.

Основні принципи зв'язків підприємств із ЗМІ. Загальні правила стосунків готельного підприємства із ЗМІ. Види матеріалів для ЗМІ. Матеріали для преси.

Прес-конференції. Підготовка та проведення прес-конференції. Зростання ролі Інтернету як засобу комунікації. Галузева виставка як PR-захід у готельному бізнесі.

### **Модуль 2. Організація PR – діяльності в готельному бізнесі**

#### ***Тема 6. Організація PR – діяльності в готельній індустрії та гостинності***

Форми PR-діяльності: власна служба, консультативна, індивідуальна, змішана. Переваги та недоліки різних форм PR-діяльності в готельній індустрії.

Структура PR–служби різних підприємств готельного господарства, готельних ланцюгів, закладів харчування. Функції PR–фахівців. Принципи, етика та правові основи діяльності PR – фахівців в індустрії гостинності.

Дослідження в галузі PR технологій в готельному господарстві. Найпростіші операції PR–заходів. Характеристика PR–акції та їх цілей. Характеристика PR–кампанії та їх планів. Аналіз ефективності PR–заходів.

Критерії оцінки ефективності PR-програми в готельному бізнесі.

***Тема 7. PR у кризових і конфліктних ситуаціях готельного бізнесу та гостинності***

Типологія криз та інших екстремальних ситуацій. Управління проблемами з метою запобігання кризі. Створення кризостійкого іміджу готельного підприємства.

Управління в умовах кризи. Комунікація в умовах кризи. Ключова роль співробітників в умовах кризи.

Лобізм: сутність, легітимність, практика. Організація лобістської кампанії в готельному бізнесі. Ключові тактики лобіювання. Прийоми та способи лобіювання. Висвітлення лобістської кампанії готельного підприємства у ЗМІ.

#### **IV. Засоби діагностики успішності навчання**

***Вхідний контроль*** проходить у письмовій формі і представляє собою набір тестових завдань, за допомогою яких здійснюється перевірка базових знань, необхідних для подальшого вивчення навчальної дисципліни «Іміджелогія та PR-технології гостинності».

***Контроль під час аудиторних занять***, основними формами якого є усне опитування теоретичного матеріалу (допуск до практичних робіт), виконання та захист лабораторних робіт.

***Контроль самостійної роботи студентів***, основними видами якого є оцінювання підготовки до практичних робіт, опрацювання додаткових джерел інформації, оцінювання презентацій, ситуаційних завдань.

Вивчення кожного змістового модуля навчальної програми закінчується *модульною контрольною роботою*, яка представляє собою набір тестових завдань.

## **V. Форма підсумкового контролю успішності навчання**

Підсумкова атестація з навчальної дисципліни «Іміджологія та PR-технології гостинності» □ у формі *заліку*.

## **VI. Інформаційні джерела для вивчення дисципліни**

### **6.1. Нормативна література:**

1. Закон України «Про державну підтримку ЗМІ і соціальний захист журналістів» від 23.09.1997// Електронна правова бібліотека «Експерт - Юрист».
2. Закон України «Про друковані засоби масової інформації в Україні» від 16.11.1992// Електронна правова бібліотека «Експерт-Юрист».
3. Закон України «Про інформацію» від 02.10.92 // Електронна правова бібліотека «Експерт-Юрист».
4. ДСТУ 4269:2003 Послуги туристичні. Класифікація готелів. (чинний від 01.07.2004)
5. ДСТУ 4527:2006 Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення (чинний від 01.10.2006)
6. Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг: Наказ Держтурадміністрації України від 16.03.2004 №19.

### **6.2. Основна література**

7. Королько В.К., Некрасова О.В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика: підр. [для студ. виш. навч. закл.] / В.К. Королько, О.В. Некрасова. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. – 831 с.
8. Палеха Ю.І. Іміджологія: навч. посіб. / Ю.І. Палеха; за заг. ред. З.І. Тимошенко. – К.: Європ. ун-т, 2005. – 324 с.



9. Почепцов Г.Г. Паблік рілейшнз: навч.посіб. – 2-ге видання, I доп. / Г.Г. Почепцов. –К.: Т-во «Знання», 2004. – 373 с.
10. Пізнюк Л.В. Паблік рилейшнз: навч. посіб. [для дистанц. навч.]/ За наук. ред. С.М. Квіта. – К.: Ун-т «Україна», 2005. – 239 с.

### **6.3. Додаткова література**

12. Мюллер А.П., Кизер А. Организационная коммуникация / Андреас П. Мюллер, Альфред Кизер [пер. с англ. – Х.: Изд-во Гуманитарный центр, 2005. – 438 с.
13. Борисов Б.Л. Технологии рекламы и PR: учеб. пособ./ Б.Л.Борисов. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2001. – 624 с.
14. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій: навч. посіб. [для студ. виш. навч. закл.] / Т.І. Лук'янець. – К.: КНЕУ, 2000. –380 с.
15. Самуокина Н. Антикризисное управление компанией / Н. Самуокина. – СПб: ПИТЕР, 2003. – 190 с.
16. Ситников А.П., Крылов И.В.. Самые успешные PR / А.П. Ситников, И.В. Крылов. – кампании в мировой практике – М.: КГ «ИМИДЖ – Контакт», ИНФРА – М., 2002.
17. Слісаренко І.Ю. Паблік рілейшнз у системі комунікації та управління: навч. посіб. [для студ. виш. навч. закл.] / І.Ю. Слісаренко. – К.: МАУП, 2001. –104 с.
18. Эльбрюнн Б. Логотип [пер. с фр.] / Б. Эльбрюнн. – М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2003. – 127 с.

### ***Интернет – джерела***

- <http://www.uapr.com.ua> – сайт Української Асоціації зв'язків із громадськістю
- <http://tampa.prsa.org> – сайт Американської спільноти PR
- <http://prootel.ru> – сайт для фахівців готельно-ресторанного бізнесу
- <http://ci-journal.ru> – он-лайн журнал «Корпоративна іміджелогія»

Навчальне видання

**Зубар Надія Миколаївна**

ПРОГРАМА  
вibіркову навчальну дисципліну  
(за вибором університету)

ІМІДЖЕЛОГІЯ ТА PR-ТЕХНОЛОГІЇ ГОСТИННОСТІ

освітнього рівня бакалавр  
галузі знань 0101 Педагогічна освіта  
напряму підготовки 6.010104 Професійна освіта  
(за профілем "Готельно-ресторанна справа")  
Шифр за навчальним планом ВПП 4.2.4



Підписано до друку 12.05.2016 р. Формат 60x84/16.

Папір офісний. Гарнітура Times New Roman.

Ум. др. арк. 0,58. Обл.-вид. арк. 0,33

Тир. 100 прим. Зам. № 000.

Віддруковано з оригіналів.

---

Видавництво Національного педагогічного університету  
імені М.П. Драгоманова. 01601, м. Київ-30, вул. Пирогова, 9  
Свідоцтво про реєстрацію ДК № 1101 від 29.10.2002. (044) 234-75-87  
Віддруковано в друкарні Національного педагогічного університету  
імені М.П. Драгоманова (044) 239-30-26