|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Силабус курсу: | |  |
| **PR-ТЕХНОЛОГІЇ** | |
| ***Ступінь вищої освіти:*** | Бакалавр | |
| ***Спеціальність:*** | 242 "Туризм" | |
| ***Рік підготовки:*** | 4 | |
| ***Семестр викладання:*** | осінній | |
| ***Кількість кредитів ЄКТС:*** | 5.0 | |
| ***Мова(-и) викладання:*** | українська | |
| ***Вид семестрового контролю*** | залік | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Автор курсу та лектор:*** | | | | |  | | |
| Денищенко Людмила Вікторівна | | | | | | | |
| вчений ступінь, вчене звання, прізвище, ім’я та по-батькові | | | | | | | |
| Старший викладач кафедри міжнародної економіки та туризму | | | | | | | |
| посада | | | | | | | |
| denyshchenko@snu.edu.ua |  | +38-050-855-6364 |  | Viber за номером телефону | |  | 216аНК викладацька кафедри МЕіТ |
| електронна адреса |  | телефон |  | месенджер | |  | консультації |

**Анотація навчального курсу**

|  |  |
| --- | --- |
| ***Цілі вивчення курсу:*** | **Метою лекційних занять** за дисципліною є засвоєння студентами видів PR, особливостей PR-технологій, механізмів їх створення та впливу у туристичній сфері розкриття загальних та специфічних особливостей, призначення даної дисципліни, її структури, окремих методів наукового пізнання комунікативних технологій; надання цілісної уяви про предмет; деталізація і поелементне вивчення й засвоєння відповідних дисципліні понять та тем, формування у студентів системи знань на основі усвідомлення загальних закономірностей, загальних принципів, що дозволяє із великої кількості одержаних знань виділяти тільки ті, на які падає основне змістовне і логічне навантаження та які є опорою для встановлення зв’язків між основними поняттями теми, курсу, предмету.  **Метою самостійної роботи** за дисципліною є засвоєння студентом навчального матеріалу в час, вільний від обов'язкових навчальних занять, без участі викладача; переорієнтація із лекційно-інформативно на індивідуально-диференційовану, особистісно-орієнтовану форму та на організацію самоосвіти студента; поглиблення, узагальнення та закріплення знань, які студенти отримують у процесі навчання, а також застосування цих знань на практиці. |
| ***Результати навчання:*** | **Знання:** Здатність до демонстрації систематичних знань сучасних методів проведення досліджень в галузі публічного управління, процесів та форм публічного управління; Здатність до демонстрації поглиблених знань у відповідній області наукових досліджень; Здатність до демонстрації розуміння впливу рішень у суспільному, політичному і соціальному контексті; Здатність застосовувати системний підхід, інтегруючи знання з інших дисциплін, у тому числі загальних, та враховуючи природничі аспекти під час розв’язання теоретичних та прикладних задач обраної області наукових досліджень.  **Вміння:** Здійснювати пошук, засвоювати і аналізувати і критично оцінювати інформацію з різних джерел, у тому рахунку офіційних, наукових та спеціальних; Застосовувати знання і розуміння для розв’язування задач синтезу та аналізу елементів та систем, характерних обраній області наукових досліджень; Досліджувати і моделювати явища та процеси в складних динамічних системах; Поєднувати теорію і практику, а також приймати рішення та виробляти стратегію розв’язання науково-прикладних задач з урахуванням загальнолюдських цінностей, суспільних та державних інтересів;  Аргументувати вибір методів розв’язування науково-прикладної задачі, критично оцінювати отримані результати та захищати прийняті рішення. |
| ***Передумови до початку вивчення:*** | вивчення дисципліни базується на вивченні таких дисциплін як «Маркетинг туризму», «Менеджмент туризму», «Організація туристичних подорожей» |

**Мета курсу (набуті компетентності)**

**Мета викладання дисципліни** полягає у оволодінні знаннями та уміннями щодо організації та ведення зв’язків з громадськістю підприємств галузі туризму, необхідності, принципів і методів ведення даної роботи, характеру її здійснення, для розробки необхідного інструментарію і форм подання її результатів.

Вивчення даного навчального курсу призначене для формування, удосконалення та розвитку у здобувача вищої освіти наступних компетентностей:

ЗК04. Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу

ЗК08. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій

ЗК09. Вміння виявляти, ставити і вирішувати проблеми

ЗК12. Навички міжособистісної взаємодії

СК18. Здатність аналізувати діяльність суб’єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління

СК19. Розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів

СК24. Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал

СК25. Здатність використовувати в роботі туристичних підприємств інформаційні технології та офісну техніку

СК27. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації

Що забезпечується досягненням наступних програмних результатів навчання:

ПР02. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії туризму, організації туристичного процесу та туристичної діяльності суб’єктів ринку туристичних послуг, а також світоглядних та суміжних наук.

ПР13. Встановлювати зв’язки з експертами туристичної та інших галузей.

ПР14. Проявляти повагу до індивідуального і культурного різноманіття.

ПР 18. Адекватно оцінювати свої знання і застосовувати їх в різних професійних ситуаціях.

**Структура курсу**

| № | Тема | Години (Л/ПЗ) | Стислий зміст | Інструменти і завдання |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | Сутність, зміст та історія розвитку PR | 2/2 | Паблік рілейшнз як інформаційне явище. Об’єкт, предмет і мета PR. Підходи до трактування поняття Public relations. Напрями регулювання відносин з громадськістю. Принципи, за якими повинні будуватися зв'язки з громадськістю. Методи PR. Напрями діяльності по зв'язках з громадськістю у туризмі.  Історичні передумови формування Public relations. Етапи в історії розвитку Public relations | Презентації в PowerPoint.  Практичні вправи.  Тести.  Індивідуальні завдання |
| 2 | Психологічні аспекти PR-технологій | 2/2 | Сутність понять «технологія» і «PR-технологія». Основні класифікації PR-технологій. Основні етапи технологій «паблік рілейшинз».  Сутність поняття «психотехніка» та її завдання. Сутність поняття «психотехнологія».  Дослідження проблематики психологічного впливу на людину. Засоби психологічного впливу. Загрози застосування нейролінгвістичного програмування.  Психологічні методи PR. Використання фокус-групи та розширеної креативної групи в PR | Презентації в PowerPoint.  Практичні вправи.  Тести.  Індивідуальні завдання |
| 3 | Вимоги до створення інформаційного продукту PR | 2/2 | Сутність інформації. Класифікація інформації за ступенем надійності, за часом освіти і ступенем відповідності цілям дослідження.  Структура та особливості інформаційного продукту та методи його створення.  Історія прийняття Афінського кодексу. Цілі працівника сфери PR. Зобов’язання, які бере на себе працівник сфери PR. Дії, від яких утримується працівник сфери PR. | Презентації в PowerPoint.  Практичні вправи.  Індивідуальні завдання. |
| 4 | Основні засоби і заходи PR у сфері туризму | 2/2 | Сутність і особливості public relations у сфері туризму. Структура PR у сфері туризму. Засоби PR у відносинах із громадськістю. Характеристика спічрайтингу.  Правила та наслідки стосунків з пресою. Структура PR у сфері ЗМІ. Поняття прес-релізу. Реквізити, технологія написання та підготовки прес-релізу.  Методи вимірювання ефективності PR-програм та PR-діяльності. Етапи оцінювання ефективності PR-програми. Правила оцінювання ефективності PR-програми | Презентації в PowerPoint.  Практичні вправи.  Тести.  Індивідуальні завдання. |
| 5 | Організація та технологічні особливості PR-кампаній | 2/2 | Поняття «PR-кампанія». Взаємозв’язок між поняттями «PR-кампанія», «PR-операція», «PR-діяльність». Структура PR-кампанії. Основні характеристики PR-кампаній. Схема проведення PR-кампанії.  PR-кампаній у залежності від масштабу і за тривалістю. Види PR-кампаній за характером технологічної PR-задачі.  Рівні сприйняття PR-кампанії потенційними цільовими групами і широкою громадськістю. | Презентації в PowerPoint.  Ділові ігри.  Практичні вправи.  Тести.  Індивідуальні завдання. |
| 6 | Середовище public relations | 2/2 | Завдання комунікатора. PR-звернення як результат роботи комунікатора. Зміст і структура каналів комунікації. Бар’єри сприйняття PR-звернень.  Чинники, що впливають на розробку тактики PR-звернень. Етапи ухвалення рішення щодо тактики засобів розповсюдження PR-повідомлень. Універсальні правила написання PR-звернення | Презентації в PowerPoint.  Практичні вправи.  Тести.  Індивідуальні завдання |
| 7 | Кризовий PR та його особливості для туристичної фірми | 2/2 | Класифікації криз за динамікою, матрична система визначення криз, виходячи з джерела виникнення і наслідків.  Варіанти боротьби з кризою. Типові помилки туристичних підприємств в кризових ситуаціях.  Основні чинники в кризовій ситуації. Суть поняття «антикризова програма». Послідовність дій туристичного підприємства у розробці антикризової програми | Презентації в PowerPoint.  Практичні вправи.  Тести.  Індивідуальні завдання |
| 8 | Формування іміджу туристичної організації | 2/2 | Походження поняття «імідж». Підходи до трактування поняття «імідж». Типи іміджу. Складові позитивного іміджу. Поліфункціональність іміджу.  Поняття «імідж організації». Складові іміджу організації. Риси загального позитивного образу туристичної компанії. Структура іміджу організації | Презентації в PowerPoint.  Практичні вправи.  Тести.  Індивідуальні завдання |
| 9 | Роль PR у досягненні ефективної роботи туристичної організації | 1/1 | Підходи до організації департаменту зв'язків із громадськістю, прес-служби. Функціональні обов’язки власних департаменту зв'язків із громадськістю, прес-служби. Причини звернення до PR-агенції. Принципи взаємодії внутрішньої PR-служби і туристичного підприємства. | Презентації в PowerPoint.  Практичні вправи.  Тести.  Індивідуальні завдання |

**Рекомендована література**

**Основна**

1. Барна Н.В. Іміджеологія: Навч. посіб. Для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М.

Бебика. К. : Університет «Україна», 2017. 217 с.

2. Бебик В. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві:

психологія, технології, техніка паблік рилейшнз. В. Бебик. К.: МАУП, 2016. 440 с.

3. Владимирська Г.О. Реклама : навч. посіб. Г.О. Владимирська, П.О. Владимирський. К. :

КОНДОР, 2017. 334 с.

4. Вылегжанин Д. А. Теория и практика паблик рилейшнз. М.: Флинта, 2016. 405 с.5. Стратегія і тактика комунікацій із громадськістю / За ред. В. Королька. К., 2017. 216 с.

6. Куліш А.П. Практика PR «по-українському». К.:АДЕФ Україна, 2018. 335 с.

8. Почепцов Г.Г. Имиджеология : теория и практика. К.: СП АДЕФ-Украиа, 2016. 390 с.

9. Правик Ю.М. Маркетинг туризму : підручник Ю.М. Правик. К. : Знання, 2015. 303 с.

**Допоміжна**

10. Связи с общественностью как социальная инженерия / Под ред. В. Ачкасовой, Л.

Володиной. СПб.: Речь, 2017. 336 с.

12. Борисов Б.Л. Технология рекламы и PR. М.: ФАИР- ПРЕСС, 2016. 624 с.

13. Бочаров М. История паблик рилейшнз. Нравы, бизнес. Наука. М. Бочаров. М.: РИП-

Холдинг, 2017. 354 с.

14. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник/ С.С. Гаркавенко. – 6-те вид. К. : Лібра, 2018.

720 с.

15. Земляков І.С. Основи маркетингу: Навчальний посібник І.С. Земляков, І.Б. Рижий, В.І.

Савич. К. : Центр навчальної літератури, 2015. 352 с.

**Оцінювання курсу**

За повністю виконані завдання студент може отримати визначену кількість балів:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Інструменти і завдання | Кількість балів | |
| Денна форма | Заочна форма |
| Присутність на заняттях та засвоєння лекційного матеріалу за темами | 60 | 20 |
| Присутність на заняттях (у період настановної сесії) та своєчасне виконання самостійних практичних завдань у межах тем | - | 30 |
| Індивідуальна робота | 20 | 30 |
| Іспит | 20 | 20 |
| **Разом** | **100** | **100** |

**Шкала оцінювання студентів**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Сума балів за всі види навчальної діяльності | ОцінкаECTS | Оцінка за національною шкалою | |
| для екзамену, курсового проекту (роботи), практики | для заліку |
| 90 – 100 | А | відмінно | зараховано |
| 82-89 | В | добре |
| 74-81 | С |
| 64-73 | D | задовільно |
| 60-63 | Е |
| 35-59 | FX | незадовільно з можливістю повторного складання | не зараховано з можливістю повторного складання |
| 0-34 | F | незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни | не зараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни |

**Політика курсу**

|  |  |
| --- | --- |
| *Плагіат та академічна доброчесність:* | Дотримання академічної доброчесності за курсом ґрунтується на внутрішньо-університетській системі запобігання та виявлення академічного плагіату. До основних вимог за курсом віднесено - посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.  Перевірка текстів на унікальність здійснюється однаковими для всіх здобувачів засобами: – за допомогою програмного забезпечення Unicheck і засобів системи MOODLE; за Internet-джерелами – за допомогою програми Antiplagiarism.net. |
| *Завдання і заняття:* | Очікується, що всі здобувачі вищої освіти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Здобувачі мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку здобувачі зобов’язані дотримуватися термінів виконання усіх видів робіт, передбачених курсом. Якщо здобувач вищої освіти відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час консультації викладача. Здобувач вищої освіти має право на оскарження результатів оцінювання. |
| *Поведінка в аудиторії:* | Курс передбачає індивідуальну та групову роботу. Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.  На аудиторні заняття слухачі мають з’являтися вчасно відповідно до діючого розкладу занять, яке міститься на сайті університету. Під час занять усі його учасники мають дотримуватися вимог техніки безпеки. |