

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка
Географічний факультет
Кафедра готельно-ресторанної справи та харчових технологій

Затверджено
на засіданні кафедри готельно-ресторанної
справи та харчових технологій
географічного факультету
Львівського національного університету імені Івана Франка
(протокол № 1 від 29 серпня 2023 р.)

Завідувач кафедри  доц. Пандяк І.Г.

СИЛАБУС

**з навчальної дисципліни «Іміджологія та PR у готельному і ресторанному
бізнесі»,
що викладається в межах ОПП «Готельно-ресторанна справа»
другого (магістерського) освітнього рівня вищої освіти
для здобувачів спеціальності
241 «Готельно-ресторанна справа»**

Львів 2023 р.

Назва дисципліни	Іміджелогія та PR у готельному і ресторанному бізнесі
Адреса викладання дисципліни	м. Львів, вул. Лесі Українки, 39
Факультет/кафедра, за якою закріплена дисципліна	Факультет географічний /кафедра готельно-ресторанної справи та харчових технологій
Галузь знань, шифр та назва спеціальності	24 Сфера обслуговування, 241 Готельно-ресторанна справа
Викладачі дисципліни	Чайка Ірина Мирославівна кандидат географічних наук, асистент кафедри готельно-ресторанної справи та харчових технологій
Контактна інформація викладача	Профайл викладача курсу: https://geography.lnu.edu.ua/employee/chaika-iryna-myroslavivna Електронна пошта: iryna.chaika@lnu.edu.ua
Консультації з питань вивчення дисципліни	Консультації в день проведення лекцій/практичних занять. Для погодження часу консультацій у дні, коли заняття з дисципліни не проводяться слід писати на електронну пошту викладача.
Сторінка курсу	
Інформація про дисципліну	Дисципліна «Іміджелогія та PR у готельному і ресторанному бізнесі» є нормативною дисципліною з спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа для освітньої програми «Готельно-ресторанна справа», яка викладається в другому семестрі в обсязі 3 кредити / 90 годин за ECTS
Коротка анотація дисципліни	Ринок готельно-ресторанних послуг в Україні та світі характеризується високою конкуренцією. Додаткового тиску зазнає сфера гостинності через виклики зовнішнього середовища, до яких вона підвищено чутлива. За таких умов важливо якісно використовувати усі маркетингові інструменти, які сприяють просуванню продукції та забезпечують встановлення довготривалих зв'язків з цільовою аудиторією. Підприємства готельного та ресторанного бізнесу дедалі частіше звертають увагу на якісну комунікацію з громадськістю та побудову іміджу. У межах цієї дисципліни розглянуто специфіку та актуальність застосування PR-комунікацій для сфери гостинності, їхнє значення у формуванні іміджу компаній. Для досягнення мети та цілей дисципліни студенти поглиблюють теоретичні знання про зв'язки з громадськістю та іміджеологію, ознайомлюються з їхньою специфікою у готельному та ресторанному бізнесі. Здобуті теоретичні знання підкріплюються практичними завданнями, на яких студенти формують навички застосування інструментів PR для підприємств сфери гостинності.
Мета та цілі дисципліни	Метою викладання навчальної дисципліни «Іміджелогія та PR у готельному і ресторанному бізнесі» є: засвоєння студентами теоретичних знань та формування вмінь здійснення PR-діяльності, які ефективні при побудові іміджу підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Основними цілями дисципліни є: - опанування теоретичних знань про побудову іміджу та PR у готельному і ресторанному бізнесі; - ознайомлення студентів із вдалими прикладами формування позитивного іміджу інструментами PR; - розвиток вміння стратегічного планування PR-діяльності для підприємств сфери гостинності;

	- формування навичок застосування інструментів PR-діяльності.
Література для вивчення дисципліни	<p style="text-align: center;">Основна:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Лушик М.В., Терехух А.А. Іміджеологія та PR в туризмі : навчальний посібник. Міністерство освіти і науки України, Національний університет "Львівська політехніка". Львів : Вид-во «Тараса Сороки», 2021. 256 с. 2. Паньків Н. Іміджеологія та PR у туризмі : навч.-метод. посібник. Львів : Львів ЛНУ імені Івана Франка, 2017. 120 с. URL: https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/02/Imidzhelohiia-PR-v-turyzmi-Pankiv2017.pdf 3. Смірнова К.В. PR-менеджмент: конспект лекцій. Одеса, ОДЕКУ, 2021. 191 с. <p style="text-align: center;">Допоміжна:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Гоцур О.І. Соціальні мережі та блоги як інструменти реалізації PR-кампанії. <i>Вісник Львівського університету. Серія журналістика</i>. 2021, Вип. 50. С. 196–204. 2. Дністрянська, Н.І., Кушнірук, Г.В., Чайка, І.М. Побудова бренду роботодавця у готельній індустрії: роль піар-діяльності. <i>Економіка та суспільство</i>. 2023. Вип. (52). DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-34 3. Курбан О.В., Курбан С.О. Нейромаркетинг: реклама, PR, digital-marketing, брендинг [навчальний посібник]. Київ : Видавництво «Білий Тигр», 2019. 148 с. 4. Лисюк, Т., Терещук, О. і Демчук, О. Інноваційні підходи до використання реклами та рг-технологій в готельно-ресторанному бізнесі. <i>Економіка та суспільство</i>, 2021, Вип. 28. 5. Лі Р. Міфи про PR / переклад Семенюк І. Харків : «Фабула», 2020. 272 с. 6. Мироненко В. В. Вимірювання ефективності PR-діяльності: варіативність критеріїв та підходів. <i>Communications and Communicative Technologies</i>, 2020, № 20, С. 107–115. 7. Олтаржевський Д, Загоруйко Є. Корпоративні комунікації. Свіжий погляд. Київ: «Арт Економі», 2023, 360 с. 8. Постова, В. В., Лук'янець, А. В. Особливості формування та підтримка іміджу підприємств готельно-ресторанного бізнесу, <i>Підприємництво та інновації</i>, 2020, Вип. 14, С. 63–67. 9. Про захист від недобросовісної конкуренції : Закон України від 07.06.1996 р. № 236/96-ВР. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80#Text 10. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 р. № 2657-ХІІ. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text 11. Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів : Закон України від 06.12.2018 р. № 2639-VIII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2639-19#Text 12. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг : Закон України від 15.12.1992 р. № 3689-ХІІ. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3689-12#Text 13. Про рекламу : Закон України від 03.07.1996 р. № 270/96-ВР. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text

	<p>14. Стельмахова О. Розова І. Пресреліз. Як вирішувати бізнес-завдання через ЗМІ. Дніпро: «ФОП Стельмахова», 2022, 57 с.</p> <p>15. Чайка І.М., Дністрянська Н.І. Вплив соціальних мереж на формування іміджу та репутації підприємств ресторанного господарства. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі. 2023, №8. С. 65–71. DOI: https://doi.org/10.32782/tourismhospcce-8-9</p> <p>16. Чайка І.М., Дністрянська Н.І. Фірмовий стиль та побудова іміджу підприємств готельної індустрії міста Львова. Економіка та суспільство. 2023. № 51. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-60</p> <p style="text-align: center;">Інформаційні ресурси Інтернет-мережі:</p> <p>1.12 архетипів брендів: які вони і для чого потрібні в маркетингу. URL: https://bazilik.media/12-arkhetyriv-brendiv-iaki-vony-i-dlia-choho-potribni-v-marketynhu/</p> <p>2. PR для малого і середнього бізнесу. Дія. Бізнес. URL: https://business.dia.gov.ua/cases/pr/mihajlo-suranov</p> <p>3. Експертні коментарі від бізнесу у ЗМІ: як отримувати запити й що писати в цитатах. Дія. Бізнес. URL: https://business.dia.gov.ua/cases/pr/ekspertni-komentari-vid-biznesu-u-zmi-ak-otrimuvati-zapiti-j-so-pisati-v-citatah</p> <p>4. Їжа. The Village Україна. URL: https://www.the-village.com.ua/village/food</p> <p>5. Хочу розібратися в PR-івентах. Як організувати захід, на який люди захочуть прийти. URL: https://bazilik.media/khochu-rozibratysia-v-pr-iventakh/</p> <p>6. Як формувати PR-стратегію?. Марафон Креативної Практики. URL: https://www.youtube.com/watch?v=I0_s1VEJpuQ</p> <p>Уся література, яку студенти не зможуть знайти самостійно, буде надана викладачем виключно в освітніх цілях без права її передачі третім особам. Окрім рекомендованих, студенти можуть використовувати також й інші літературні джерела, у яких висвітлені певні навчальні питання.</p>
Обсяг курсу	<p>Аудиторні години: 48 з них: лекції 32 години практичні заняття 16 годин самостійна робота 42 години</p>
Очікувані результати навчання	<p>Після завершення цього курсу студент буде:</p> <p>а) знати</p> <ul style="list-style-type: none"> - теоретичні основи зв'язків з громадськістю та іміджології; - методикку та наявний інструментарій для створення, корегування іміджу підприємств сфери гостинності; - актуальні для сфери гостинності тенденції іміджмейкінгу та PR; <p>б) вміти</p> <ul style="list-style-type: none"> - формувати PR-стратегію та застосовувати інструменти піару для побудови позитивного іміджу підприємств сфери гостинності; - забезпечувати PR-діяльність на підприємствах готельного і ресторанного бізнесу, з врахуванням нових ринкових можливостей; - аналізувати сучасні тенденції комунікаційної політики та короткострокові тренди на ринку України та у світі. <p>Вивчення дисципліни «Іміджологія та PR у готельному і ресторанному бізнесі» зумовлює формування, розвиток та удосконалення</p>

	<p>загальних та фахових компетентностей, серед яких:</p> <p>а) загальні компетентності:</p> <p>ЗК 1. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).</p> <p>ЗК 2. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК 3. Здатність до аналізу, оцінки, синтезу, генерування нових ідей</p> <p>ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.</p> <p>б) спеціальні (фахові, предметні) компетентності:</p> <p>СК 1. Здатність застосовувати науковий, аналітичний, методичний інструментарій, використовувати міждисциплінарні дослідження аналізу стану розвитку глобальних та локальних ринків готельних та ресторанних послуг для розв'язання складних задач розвитку готельного і ресторанного бізнесу.</p> <p>СК 2. Здатність систематизувати та синтезувати інформацію для врахування крос-культурних особливостей функціонування суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.</p> <p>СК 5. Здатність забезпечувати ефективну сервісну, комерційну, виробничу, маркетингову, економічну діяльність суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.</p> <p>СК 8. Здатність розробляти антикризові програми корпорацій, готельних та ресторанних мереж, суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.</p> <p>СК 10. Здатність застосовувати принципи соціальної відповідальності в діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.</p> <p>СК 11. Здатність до самостійного опанування новими знаннями, використання інноваційних технологій у сфері готельного та ресторанного бізнесу.</p> <p>Після вивчення навчальної дисципліни студент повинен показати такі результати навчання:</p> <p>ПРН 1. Розробляти і приймати ефективні рішення з питань розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу, враховуючи цілі, ресурси, обмеження та ризики, забезпечувати їх реалізацію, аналізувати і порівнювати альтернативи, оцінювати ризики та імовірні наслідки їх впливу.</p> <p>ПРН 2. Вільно спілкуватись усно і письмово українською та англійською мовами при обговоренні професійних питань, досліджень та інновацій в сфері готельно-ресторанного бізнесу.</p> <p>ПРН 4. Здійснювати моніторинг кон'юнктури ринку готельних та ресторанних послуг.</p> <p>ПРН 5. Оцінювати нові ринкові можливості, формулювати бізнес-ідеї та розробляти маркетингові заходи з за невизначених умов і вимог, що потребують застосування нових підходів, методів та інструментарію соціально-економічних досліджень.</p> <p>ПРН 6. Відшуковувати необхідні дані в науковій літературі, базах даних та інших джерелах, аналізувати та оцінювати ці дані, систематизувати й упорядковувати інформацію для вирішення комплексних задач професійної діяльності.</p> <p>ПРН 11. Здійснювати дослідження та/або провадити інноваційну діяльність з метою отримання нових знань та створення нових технологій та видів послуг (продукції) в сфері готельно-ресторанного бізнесу та в ширших мультидисциплінарних контекстах.</p> <p>ПРН 12. Зрозуміло і недвозначно доносити власні знання, висновки та аргументацію до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються.</p>
Ключові слова	Імідж, PR, зв'язки з громадськістю, PR-стратегія, бренд-імідж, комунікація

	бренду, позиціонування, просування, готельно-ресторанний бізнес																																																									
Формат курсу	Очний/заочний Проведення лекцій, практичних занять, консультацій.																																																									
Теми	<p>Тема 1. Поняття «імідж», «PR» та їхнє значення для досягнення бізнес-цілей.</p> <p>Тема 2. Структура та атрибути іміджу компанії</p> <p>Тема 3. Форми організації зв'язків з громадськістю та іміджмейкінгу на підприємствах сфери гостинності.</p> <p>Тема 4. Побудова та специфіка PR-стратегії підприємств готельного і ресторанного бізнесу.</p> <p>Тема 5. Комунікація із ЗМІ підприємств сфери гостинності.</p> <p>Тема 6. PR-функція спеціалізованих заходів та значення спонсорства для побудови іміджу у сфері гостинності.</p> <p>Тема 7. Побудова іміджу та PR підприємств сфери гостинності через соціальні мережі.</p> <p>Тема 8. Світові та національні трансформаційні тенденції в сфері PR-технологій.</p>																																																									
Підсумковий контроль, форма	Залік																																																									
Пререквізити	Вивчення курсу базується, насамперед, на базових знаннях з готельно-ресторанної індустрії.																																																									
Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу	<p>Лекції: пояснення, евристична бесіда, дискусія, демонстрація, ілюстрування.</p> <p>Практичні заняття: інструктаж, інтерактивні методи (робота в малих групах, мозковий штурм), ілюстрування, демонстрування, дискусія, моніторинг, методи контролю і самоконтролю.</p>																																																									
Необхідне обладнання	Комп'ютер з базовими програмами ПК, проектор, роздаткові матеріали, підключення до мережі інтернет.																																																									
Критерії оцінювання	<p>Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Протягом семестру студент може набрати 100 балів, з яких: 60 балів – виконання практичних робіт; 40 балів – написання модулів. Нижче подано детальний розподіл балів за практичні та модульні роботи.</p> <p>Приклад розподілу балів, які отримують студенти (для заліку)</p> <table border="1" data-bbox="548 1419 1510 1644"> <thead> <tr> <th colspan="10">Поточне тестування та самостійна робота</th> <th rowspan="2">Підсумковий тест (залік)</th> <th rowspan="2">Сума</th> </tr> <tr> <th colspan="5">Модуль 1</th> <th colspan="5">Модуль 2</th> </tr> <tr> <th>П1</th> <th>П2</th> <th>П3</th> <th>П4</th> <th>М1</th> <th>П5</th> <th>П6</th> <th>П7</th> <th>П8</th> <th>М2</th> <th rowspan="2">-</th> <th rowspan="2">100</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>7</td> <td>7</td> <td>7</td> <td>7</td> <td>20</td> <td>11</td> <td>7</td> <td>7</td> <td>7</td> <td>20</td> </tr> </tbody> </table> <p>М1, М2 – модульні контрольні роботи по тематиці кожного змістового модуля. П1, П2, П3... – номери практичних робіт М1 студент пише після прослуховування лекційних тем 1-4 М2 студент пише після прослуховування лекційних тем 5-8</p> <p>Шкала оцінювання: вузу, національна та ECTS</p> <table border="1" data-bbox="568 1881 1464 1936"> <tr> <td>Сума балів</td> <td>Оцінка</td> <td>Оцінка за національною шкалою</td> </tr> </table>											Поточне тестування та самостійна робота										Підсумковий тест (залік)	Сума	Модуль 1					Модуль 2					П1	П2	П3	П4	М1	П5	П6	П7	П8	М2	-	100	7	7	7	7	20	11	7	7	7	20	Сума балів	Оцінка	Оцінка за національною шкалою
Поточне тестування та самостійна робота										Підсумковий тест (залік)	Сума																																															
Модуль 1					Модуль 2																																																					
П1	П2	П3	П4	М1	П5	П6	П7	П8	М2	-	100																																															
7	7	7	7	20	11	7	7	7	20																																																	
Сума балів	Оцінка	Оцінка за національною шкалою																																																								

	за всі види навчальної діяльності	ECTS	для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
	90 – 100	A	відмінно	зараховано
	81-89	B	добре	
	71-80	C	задовільно	
	61-70	D	задовільно	
	51-60	E	задовільно	
	21-50	FX	незадовільно	не зараховано
	0-20	F	незадовільно (без права перездачі)	не зараховано (без права перездачі)
<p>Політика щодо дедлайнів та перескладання: практичні роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку – 50% від визначених балів за даний вид роботи. Перескладання (модулів, контрольних робіт) відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, довідка про стан здоров'я).</p> <p>Політика щодо академічної доброчесності: списування під час модульних робіт. Практичні роботи повинні виконуватись студентом самостійно через застосування відповідних наукових методів. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента є підставою для її незарахування викладачем.</p> <p>Політика щодо відвідування: Відвідування занять (лекцій, практичних, семінарських занять курсу) є обов'язковим. Студенти зобов'язані дотримуватися усіх строків визначених для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених курсом.</p> <p>Уся література, яка викладачем надається виключно в освітніх цілях є без права її передачі третім особам.</p>				
<p>Питання для модульного контролю</p>	<p>Змістовий модуль 1. Організація PR-діяльності та побудова іміджу закладів готельно-ресторанного бізнесу</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Підходи до означення поняття PR 2. Підходи до означення поняття імідж 3. Значення іміджу для досягнення бізнес-цілей 4. Значення PR в структурі базового бізнес-процесу 5. Основні категорії PR та іміджології 6. Види PR 7. Внутрішній PR компанії та його значення 8. Історичні передумови та витоки PR 9. Основні групи громадськості 10. Структура іміджу компаній (на прикладі підприємств сфери гостинності) 11. Базові архетипи іміджу. Архетипи підприємств готельного і ресторанного бізнесу 12. Фірмовий стиль та імідж закладів сфери гостинності 13. Форми організації PR-діяльності на підприємствах готельного і ресторанного бізнесу 14. Вимоги та обов'язки фахівців у сфері PR та іміджмейкінгу 15. Правовий захист атрибутів іміджу компанії 16. PR-стратегія для готельного бізнесу 17. PR-стратегія для ресторанного бізнесу 18. Ефективні різновиди та канали PR-комунікації для готельного 			

	<p>бізнесу</p> <p>19. Ефективні різновиди та канали PR-комунікації для ресторанного бізнесу</p> <p>20. Оцінка ефективності PR-діяльності.</p> <p>Змістовий модуль 2. Застосування основних інструментів PR закладами готельного та ресторанного бізнесу</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Формати PR-комунікації зі ЗМІ 2. Специфіка комунікації підприємств готельно-ресторанного бізнесу зі ЗМІ 3. Правила успішного прес-релізу та його структурні елементи 4. Організація прес-турів 5. Івенти, як PR- інструмент підприємств готельного і ресторанного бізнесу 6. Правила успішних івентів та їх значення у формуванні іміджу 7. Принципи створення презентацій для PR-подій 8. Спонсорство, як інструмент піару закладів готельного та ресторанного бізнесу 9. Ефективність соціальних мереж, як каналу комунікації закладів ресторанного бізнесу 10. Ефективність соціальних мереж, як каналу комунікації закладів готельного бізнесу 11. Актуальні PR-інструменти підприємств готельного і ресторанного бізнесу у соцмережах 12. Tone of voice закладів сфери гостинності 13. Сторітелінг для підприємств готельного і ресторанного бізнесу 14. Трансформація PR-діяльності українських брендів 15. Трансформація PR-діяльності світових брендів 16. Імідж українських брендів готельного бізнесу 17. Імідж українських брендів ресторанного бізнесу 18. Імідж світових брендів у сфері ресторанного бізнесу 19. Імідж світових брендів у сфері готельного бізнесу 20. Антикризисний PR закладів готельної та ресторанної індустрії
Опитування	Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу.

СХЕМА КУРСУ

Тиждень	Тема	Форма заняття/ години	Література. Ресурси в Інтернеті.	Завдання	Термін виконання
1	2	3	4	5	6
Змістовий модуль I. Організація PR-діяльності та побудова іміджу закладів готельно-ресторанного бізнесу					
1/2	<p>Тема 1. Поняття «імідж», «PR» та їхнє значення для досягнення бізнес-цілей.</p> <p>Підходи до означення понять «імідж» та «PR». Базові категорії PR-діяльності. Типи громадськості. Історія виникнення PR та його види. Місце PR у структурі бізнесу. Вплив зв'язків з громадськістю на процес формування іміджу підприємства. PR та побудова сильного бренду.</p> <p>* Чорний піар у бізнесі. Інтегровані маркетингові комунікації: поняття та інтеграції з PR.</p>	Лекція/ практична	<ol style="list-style-type: none"> 1. Їжа. The Village Україна. URL: https://www.the-village.com.ua/village/food 2. Лисюк, Т., Терещук, О. і Демчук, О. Інноваційні підходи до використання реклами та pr-технологій в готельно-ресторанному бізнесі. <i>Економіка та суспільство</i>, 2021, Вип. 28. 3. Лі Р. Міфи про PR / переклад Семенюк І. Харків : «Фабула», 2020. 272 с. 4. Олтаржевський Д. Загорулько Є. Корпоративні комунікації. Свіжий погляд. Київ: «Арт Економі», 2023, 360 с. 5. Паньків Н. Іміджологія та PR у туризмі : навч.-метод. посібник. Львів : Львів ЛНУ імені Івана Франка, 2017. 120 с. URL: https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/02/Imidzhelohiia-PR-v-turyzmi-Pankiv2017.pdf 6. Смірнова К.В. PR-менеджмент: конспект лекцій. Одеса, ОДЕКУ, 2021. 191 с. 	Виконання завдань ПР№1 4 год./2 год.	2 тиждень
3/4	<p>Тема 2. Структура та атрибути іміджу компанії.</p> <p>Складові формування іміджу підприємства. Методи та прийоми формування іміджу підприємства. Дослідження громадської думки. Поняття та види іміджевих архетипів у</p>	Лекція/ практична	<ol style="list-style-type: none"> 1. 12 архетипів брендів: які вони і для чого потрібні в маркетингу. URL: https://bazilik.media/12-arkhetyviv-brendiv-i-aki-vony-i-dlia-choho-potribni-v-marketynhu/ 2. Дністрянська, Н., Кушнірук, Г., Чайка, І. Побудова бренду роботодавця у готельній індустрії: роль піар-діяльності. <i>Економіка та суспільство</i>. 2023. (52). DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-34 3. Лущик М.В., Теребух А.А. Іміджеологія та PR в туризмі : навчальний посібник. Міністерство освіти і науки України, Національний університет "Львівська політехніка". Львів : Вид-во «Тараса Сороки», 2021. 256 	Виконання завдань ПР№2 4 год./2 год.	4 тиждень

	<p>бізнесі. Архетипи національних та світових брендів, їхня специфіка у готельно-ресторанному бізнесі.</p> <p>* Трансформація бренду в «lovemark»: значення іміджу. Візуальна айдентика бренду та його імідж.</p>		<p>с.</p> <p>4. Паньків Н. Іміджологія та PR у туризмі : навч.-метод. посібник. Львів : Львів ЛНУ імені Івана Франка, 2017. 120 с. URL: https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/02/Imidzhelohiia-PR-v-turyzmi-Pankiv2017.pdf</p> <p>5. Постова, В. В., Лук'янець, А. В. Особливості формування та підтримка іміджу підприємств готельно-ресторанного бізнесу, Підприємництво та інновації, 2020, Вип. 14, С. 63–67.</p> <p>6. Смірнова К.В. PR-менеджмент: конспект лекцій. Одеса, ОДЕКУ, 2021. 191 с.</p> <p>7. Чайка І.М., Дністрянська Н.І. Фірмовий стиль та побудова іміджу підприємств готельної індустрії міста Львова. Економіка та суспільство. 2023. № 51. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-60</p>		
5/6	<p>Тема 3. Форми організації зв'язків з громадськістю та іміджмейкінгу на підприємствах сфери гостинності.</p> <p>Юридичний аспект PR-комунікацій. Формат організації PR-діяльності на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу. Вимоги до PR-спеціаліста та його обов'язки.</p> <p>* PR-агенції українського ринку. PR та креативна агенція.</p>	Лекція/ практична	<p>1. Лущик М.В., Терехух А.А. Іміджеологія та PR в туризмі : навчальний посібник. Міністерство освіти і науки України, Національний університет "Львівська політехніка". Львів : Вид-во «Тараса Сороки», 2021. 256 с.</p> <p>2. Паньків Н. Іміджологія та PR у туризмі : навч.-метод. посібник. Львів : Львів ЛНУ імені Івана Франка, 2017. 120 с. URL: https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/02/Imidzhelohiia-PR-v-turyzmi-Pankiv2017.pdf</p> <p>3. Про захист від недобросовісної конкуренції : Закон України від 07.06.1996 р. № 236/96-ВР. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80#Text</p> <p>4. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 р. № 2657-XII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text</p> <p>5. Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів : Закон України від 06.12.2018 р. № 2639-VIII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2639-19#Text</p> <p>6. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг :</p>	Виконання завдань ПР№3 4 год./2 год.	6 тижень

			<p>Закон України від 15.12.1992 р. № 3689-XII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3689-12#Text</p> <p>7. Про рекламу : Закон України від 03.07.1996 р. № 270/96-ВР. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text</p> <p>8. Смірнова К.В. PR-менеджмент: конспект лекцій. Одеса, ОДЕКУ, 2021. 191 с.</p> <p>9. PR для малого і середнього бізнесу. Дія. Бізнес. URL: https://business.diia.gov.ua/cases/pr/mihajlo-suranov</p>		
7/8	<p>Тема 4. Побудова та специфіка PR-стратегії підприємств готельного і ресторанного бізнесу.</p> <p>Поняття PR-стратегії. Визначення цілей стратегії. Цільові групи громадськості. Позиціонування підприємств готельно-ресторанного бізнесу та PR-стратегія. Інструменти PR та канали просування. Контроль ефективності PR-стратегії.</p> <p>* Місце PR-стратегії в бізнес-стратегіях підприємства. Календар PR-активності.</p>	Лекція/ практична	<p>1. Курбан О.В., Курбан С.О. Нейромаркетинг: реклама, PR, digital-marketing, брендинг [навчальний посібник]. Київ : Видавництво «Білий Тигр», 2019. 148 с.</p> <p>2. Лисюк, Т., Терещук, О. і Демчук, О. Інноваційні підходи до використання реклами та рг-технологій в готельно-ресторанному бізнесі. Економіка та суспільство, 2021, Вип. 28.</p> <p>3. Лущик М.В., Теребух А.А. Іміджеологія та PR в туризмі : навчальний посібник. Міністерство освіти і науки України, Національний університет "Львівська політехніка". Львів : Вид-во «Тараса Сороки», 2021. 256 с.</p> <p>4. Мироненко В. В. Вимірювання ефективності PR-діяльності: варіативність критеріїв та підходів. <i>Communications and Communicative Technologies</i>, 2020, № 20, С. 107–115.</p> <p>5. Паньків Н. Іміджеологія та PR у туризмі : навч.-метод. посібник. Львів : Львів ЛНУ імені Івана Франка, 2017. 120 с. URL: https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/02/Imidzhelohiia-PR-v-turyzmi-Pankiv2017.pdf</p> <p>6. Смірнова К.В. PR-менеджмент: конспект лекцій. Одеса, ОДЕКУ, 2021. 191 с.</p> <p>7. Як формувати PR-стратегію?. Марафон Креативної Практики. URL: https://www.youtube.com/watch?v=I0_s1VEJpuQ</p>	Виконання завдань ПРН ⁴ 4 год./2 год.	8 тиждень

8	Модульна контрольна робота 1			Підготувати питання по темах 1-4	8 тиждень
Змістовий модуль 2. Застосування основних інструментів PR закладами готельного та ресторанного бізнесу					
9/10	<p>Тема 5. Комунікація із ЗМІ підприємств сфери гостинності.</p> <p>Формати співпраці з ЗМІ та їхні результати. Види ЗМІ та актуальні видання для підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Правила комунікації з журналістами. Пітчинг медіа. Успішний прес-реліз.</p> <p>* Комунікація з іноземними медіа. Участь готельно-ресторанного бізнесу в медіа-рейтингах та номінаціях.</p>	Лекція/ практична	<ol style="list-style-type: none"> 1. Експертні коментарі від бізнесу у ЗМІ: як отримувати запити й що писати в цитатах. Дія. Бізнес. URL: https://business.diia.gov.ua/cases/pr/ekspertni-komentari-vid-biznesu-u-zmi-ak-otrimuvati-zapiti-j-so-pisati-v-citatah 2. Курбан О.В., Курбан С.О. Нейромаркетинг: реклама, PR, digital-marketing, брендинг [навчальний посібник]. Київ : Видавництво «Білий Тигр», 2019. 148 с. 3. Лущик М.В., Тербух А.А. Іміджеологія та PR в туризмі : навчальний посібник. Міністерство освіти і науки України, Національний університет "Львівська політехніка". Львів : Вид-во «Тараса Сороки», 2021. 256 с. 4. Паньків Н. Іміджеологія та PR у туризмі : навч.-метод. посібник. Львів : Львів ЛНУ імені Івана Франка, 2017. 120 с. URL: https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/02/Imidzhelohiia-PR-v-turyzmi-Pankiv2017.pdf 5. Смірнова К.В. PR-менеджмент: конспект лекцій. Одеса, ОДЕКУ, 2021. 191 с. 6. Стельмахова О. Розова І. Пресреліз. Як вирішувати бізнес-завдання через ЗМІ. Дніпро: «ФОП Стельмахова», 2022, 57 с. 	Виконання завдань ПР№5 4 год./2 год.	10 тиждень

11/12	<p>Тема 6. PR-функція спеціалізованих заходів та значення спонсорства для побудови іміджу у сфері гостинності. Види івентів. Специфіка організації PR-заходів для підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Нетворкінг. Вдала бізнес-презентація. Спонсорство та імідж компанії. * Прес-тури. Нативна реклама та PR бізнесу.</p>	Лекція/ практична	<ol style="list-style-type: none"> 1. Курбан О.В., Курбан С.О. Нейромаркетинг: реклама, PR, digital-marketing, брендинг [навчальний посібник]. Київ : Видавництво «Білий Тигр», 2019. 148 с. 2. Лущик М.В., Терехух А.А. Іміджеологія та PR в туризмі : навчальний посібник. Міністерство освіти і науки України, Національний університет "Львівська політехніка". Львів : Вид-во «Тараса Сороки», 2021. 256 с. 3. Паньків Н. Іміджеологія та PR у туризмі : навч.-метод. посібник. Львів : Львів ЛНУ імені Івана Франка, 2017. 120 с. URL: https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/02/Imidzhelohiia-PR-v-turyzmi-Pankiv2017.pdf 4. Смірнова К.В. PR-менеджмент: конспект лекцій. Одеса, ОДЕКУ, 2021. 191 с. 5. Хочу розібратися в PR-івентах. Як організувати захід, на який люди захочуть прийти. URL: https://bazilik.media/khochu-rozibratysia-v-pr-iventakh/ 	Виконання завдань ПР№6 4 год./2 год.	12 тиждень
13/1 4	<p>Тема 7. Побудова іміджу та PR підприємств сфери гостинності через соціальні мережі. Соціальні мережі як канал PR. Tone of voice та його значення. Створення корисного контенту та експертний блог. Побудова іміджу власника компанії. *Візуальна комунікація підприємств сфери гостинності у соцмережах. Інфлюенс маркетинг.</p>	Лекція/ практична	<ol style="list-style-type: none"> 1. Гоцур О.І. Соціальні мережі та блоги як інструменти реалізації PR-кампанії. Вісник Львівського університету. Серія журналістика. 2021, Вип. 50. С. 196–204. 2. Курбан О.В., Курбан С.О. Нейромаркетинг: реклама, PR, digital-marketing, брендинг [навчальний посібник]. Київ : Видавництво «Білий Тигр», 2019. 148 с. 3. Лущик М.В., Терехух А.А. Іміджеологія та PR в туризмі : навчальний посібник. Міністерство освіти і науки України, Національний університет "Львівська політехніка". Львів : Вид-во «Тараса Сороки», 2021. 256 с. 4. Паньків Н. Іміджеологія та PR у туризмі : навч.-метод. посібник. Львів : Львів ЛНУ імені Івана Франка, 2017. 120 с. URL: https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/02/Imidzhelohiia-PR-v-turyzmi-Pankiv2017.pdf 	Виконання завдань ПР№7 4 год./2 год.	14 тиждень

			<p>5. Смірнова К.В. PR-менеджмент: конспект лекцій. Одеса, ОДЕКУ, 2021. 191 с.</p> <p>6. Чайка І.М., Дністрянська Н.І. Вплив соціальних мереж на формування іміджу та репутації підприємств ресторанного господарства. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі. 2023, №8. С. 65–71. DOI: https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-8-9</p>		
15/1 6	<p>Тема 8. Світові та національні трансформаційні тенденції в сфері PR.</p> <p>Вплив культури «обурення» на комунікації бізнесу. Антикризовий та внутрішній PR: аналіз впровадження. Міфи про PR. PR-тренди українських брендів. PR-тренди світових компаній. Впровадження новітніх тенденцій у PR-стратегію підприємств готельно-ресторанного бізнесу.</p> <p>* Зв'язок бренду роботодавця та PR-діяльності. Комунікації бізнесу в умовах повномасштабної війни.</p>	Лекція/ практична	<p>1. Курбан О.В., Курбан С.О. Нейромаркетинг: реклама, PR, digital-marketing, брендинг [навчальний посібник]. Київ : Видавництво «Білий Тигр», 2019. 148 с.</p> <p>2. Лисюк, Т., Терещук, О. і Демчук, О. Інноваційні підходи до використання реклами та pr-технологій в готельно-ресторанному бізнесі. <i>Економіка та суспільство</i>, 2021, Вип. 28.</p> <p>3. Лі Р. Міфи про PR / переклад Семенюк І. Харків : «Фабула», 2020. 272 с.</p> <p>4. Лущик М.В., Терехух А.А. Іміджеологія та PR в туризмі : навчальний посібник. Міністерство освіти і науки України, Національний університет "Львівська політехніка". Львів : Вид-во «Тараса Сороки», 2021. 256 с.</p> <p>5. Смірнова К.В. PR-менеджмент: конспект лекцій. Одеса, ОДЕКУ, 2021. 191 с.</p> <p>6. PR для малого і середнього бізнесу. Дія. Бізнес. URL: https://business.diia.gov.ua/cases/pr/mihajlo-suranov</p>	Виконання завдань ПР№8 4 год./2 год.	16 тиждень
16	Модульна контрольна робота 2				16 тиждень