



**Вибіркова дисципліна
«Іміджелогія та бренд-менеджмент в
готельно-ресторанній справі та
туризмі»**



МЕТА

формування сучасної системи поглядів та спеціальних знань в галузі брендингу індустрії гостинності, набуття практичних навичок щодо просування продукту на ринку з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективності діяльності підприємств індустрії гостинності.

Завдання дисципліни

Досягненню мети підпорядковані такі завдання:

- ознайомити студентів з роллю й місцем PR-роботи в системі економічних наук та розвитку туристичного бізнесу;
- визначити специфіку формування іміджу та PR-повідомлень туристичної фірми, а саме: термінологію, поняття, визначення, що використовуються у маркетингових та PR-дослідженнях;
- визначити місце PR-підрозділів у структурі організації;
- ознайомити з проблемами використання, формування та розповсюдження засобів PR;
- охарактеризувати методи PR-роботи у туризмі, формування іміджу компанії
- діяльність з реалізації плану PR-активності;
- проаналізувати ресурсні бази види робочих комунікацій по PR.
- визначити тенденції та перспективи розвитку PR-комунікацій в індустрії туризму.

Актуальність дисципліни

Дисципліна «Іміджологія та бренд-менеджмент в готельно-ресторанній справі та туризмі» передбачає формування сучасної системи поглядів та спеціальних знань в галузі брендингу та PR в індустрії гостинності, набуття практичних навичок щодо просування турпродукту на ринку з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективності діяльності підприємств туристичної галузі. Дисципліна орієнтує на пошук взаємозалежностей між PR-кампаніями та їх наслідками в реалізованих брендингових заходах підприємств готельно-ресторанної сфери.

Завдання курсу:	<ul style="list-style-type: none"> • вивчення особливостей та сучасних тенденцій розвитку брендингу в підприємствах індустрії гостинності; - оволодіння механізмом реалізації ефективної PR кампанії готелей, ресторанів; - оволодіння механізмами розробки дієвої комунікаційної політики підприємств індустрії гостинності.
Компетентності	<ul style="list-style-type: none"> • Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями; • Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях • Розуміння предметної області і специфіки професійної діяльності; • Здатність організовувати сервісно-виробничий процес з урахуванням вимог і потреб споживачів та забезпечувати його ефективність; • Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії; • Здатність ініціювати концепцію розвитку бізнесу, формулювати бізнес-ідею розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.
Результати навчання	<ul style="list-style-type: none"> • Вільно спілкуватися з професійних питань державною та іноземною мовами усно і письмово; • Організовувати процес обслуговування споживачів готельних та ресторанних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки; • Розробляти нові послуги (продукцію), використовуючи сучасні технології виробництва та обслуговування споживачів; • Застосовувати сучасні інформаційні технології для організації роботи закладів готельного та ресторанного господарства; • Виконувати самостійно завдання, розв'язувати задачі і проблеми, застосовувати їх в різних професійних ситуаціях та відповідати за результати своєї діяльності; • Презентувати власні проекти і розробки, аргументувати свої пропозиції щодо розвитку бізнесу.



Тематичний план навчальної дисципліни

Тема 1: Теоретичні засади брендингу та PR.

Тема 2: Брендингові інформаційні системи та Інтернет в індустрії гостинності.

Тема 3: . Специфіка брендингу в готельному бізнесі

Тема 4: Особливості брендингу у ресторанній індустрії

Тема 5: Основні засоби і заходи Public Relations у готельно-ресторанній сфері

Тема 6: Брендинг готельного комплексу та посередницьких фірм в індустрії гостинності.

Тема 7: PR комунікації підприємств індустрії гостинності

Тема 8: Створення бренду в індустрії гостинності.

Тема 9. Брендингова цінова політика підприємства індустрії гостинності.

Тема 10. Імідж закладу готельноресторанної сфери



ДЯКУЮ ЗА УВАГУ