



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

*Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»,  
242 «Туризм»  
галузі знань  
24 «Сфера обслуговування»*



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



# 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**