АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**Іміджеологія і PR в туризмі**

**1. Мета вивчення навчальної дисципліни:** є формування компетентностей з питань створення іміджу тиристичного підприємства; організації позитивної громадської думки завдяки різноманітним PR – заходам; формування системи знань та професійних вмінь в галузі паблик рилейшнз, планування PR – заходів, аналізу їх ефективності; розроблення концептуального іміджу підприємства; аналізу взаємозв’язку корпоративного іміджу та корпоративної репутації.

**2. Перелік компетентностей, здобуття яких гарантуватиме вивчення даної дисципліни:**

1. Загальні копетентності: здатність розробляти концепції позиціонування на ринку послуг, застосовувати інноваційні технології організації діяльності закладу та створення клієнтоорієнтованого туристичного продукту (послуги) для формування позитивного іміджу.

2. Спеціальні компетентності: вивчення теоретичних аспектів впливу PR та особливостей PR-технологій в туристичному бізнесі; ознайомлення з організаційними аспектами створення інформаційних продуктів PR, їх цілями та засобами; характеристика засобів впливу, пов’язаних з особливостями джерела інформації, участю адресатів у її створенні, ціннісними та естетичними особливостями повідомлення; характеристика інформаційних кампаній для туристичного бізнесу.

**3. Зміст навчальної дисципліни:**

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. Методологічні особливості PR

Тема 1.1. Сутність, зміст та історія розвитку PR.

Тема 1.2. Психологічні аспекти PR-технологій.

Тема 1.3. Вимоги до створення інформаційного продукту PR.

Тема 1.4. Основні засоби і заходи PR у сфері туризму.

Тема 1.5. Реклама у діяльності туристичної організації

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. Аналіз та створення PR-кампаній.

Тема 2.1. Організація та технологічні особливості PR-кампаній.

Тема 2.2. Середовище public relations.

Тема 2.3. Кризовий PR та його особливості в туристичній сфері.

Тема 2.4. Роль PR у досягненні ефективної роботи туристичної організації.

Тема 2.5. Формування іміджу туристичної організації.

**4. Обсяг вивчення навчальної дисципліни** (4 кредити ЄКТС, 120 год., 20 год. лекцій, 20 год. практичних занять, 80 год. Самостійна та індивідуальна робота).

**5. Форма семестрового контролю:** залік.

**6.Інформація про науково-педагогічних працівників, які забезпечуватимуть викладання цієї навчальної дисципліни:** к.і.н., доцент Задорожнюк А.Б.

**7. Перелік основної літератури:**

1. Барна Н.В. Іміджеологія: Навч. посіб. Для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика. – К. : Університет «Україна», 2007. – 217 с.
2. Бебик В. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз / В. Бебик. – К.: МАУП, 2005. – 440 с.
3. Владимирська Г.О. Реклама : навч. посіб. / Г.О. Владимирська, П.О. Владимирський. – К. : КОНДОР, 2009. – 334 с.
4. Вылегжанин Д. А. Теория и практика паблик рилейшнз / Д. А. Вылегжанин. – М.: Флинта, 2008. – 405 с.
5. Стратегія і тактика комунікацій із громадськістю / За ред. В. Королька. – К., 2003. – 216 с.
6. Куліш А.П. Практика PR «по-українському» / А.П. Куліш. – К.:АДЕФ –Україна, 2005. – 335 с.
7. Моисеев В.А. Паблик рилейшнз – средство социальной коммуникации (теория и практика) / В.А. Моисеев. – К.: Дакор, 2002. – 506 с.
8. Почепцов Г.Г. Имиджеология : теория и практика / Г.Г. Почепцов. – К. : СП АДЕФ-Украиа, 1998. – 390 с.
9. Правик Ю.М. Маркетинг туризму : підручник / Ю.М. Правик. – К. : Знання, 2008. – 303 с.
10. Связи с общественностью как социальная инженерия / Под ред. В. Ачкасовой, Л. Володиной. – СПб.: Речь, 2005. – 336 с.
11. Бєлявцев М.І. Маркетинг. Навчальний посібник / М.І. Бєлявцев, Л.М. Іваненко. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 328 с.
12. Борисов Б.Л. Технология рекламы и PR / Б.Л. Борисов. - М.: ФАИР-ПРЕСС, 2001. – 624 с.
13. Бочаров М. История паблик рилейшнз. Нравы, бизнес. Наука / М. Бочаров. – М.: РИП-Холдинг, 2007. – 354 с.
14. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник / С.С. Гаркавенко. – 6-те вид. – К. : Лібра, 2008. – 720 с.
15. Земляков І.С. Основи маркетингу: Навчальний посібник / І.С. Земляков, І.Б. Рижий, В.І. Савич. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 352 с.
16. Игнатьев Д. Настольная энциклопедия Public Relations / Д. Игнатьев, А. Бекетов, Ф Сарокваша. – М.: Альпина Паблишер, 2003. – 229 с.
17. Катлип С. М. Паблик рилейшнз. Теория и практика / Пер. с англ. / С. М. Катлип, А.Х. Сентер, Г.М. Брум. – М.: «Вильямс», 2000. – 624 с.
18. Липчук В.В. Маркетинг : основи теорії та практики. Навчальний посібник. / за заг. ред. В.В. Липчука. – Львів: Новий світ–2000, 2004. – 288 с.
19. Оливер С. Стратегия в паблик рилейшнз / С. Оливер. – СПб.: «Нева», 2003. – 160 с.
20. Савельєв Є.В. Новітній маркетинг : Навчальний посібник / Є.В. Савельєв, О.С. Братко, М.Я. Матвіїв та ін.; За ред.. д.е.н., проф. Є.В. Савельєва. – Тернопіль: Економічна думка, 2005. – 296 с.
21. Холловей Дж. К. Туристический бизнес / Дж. К. Холловей, Н. Тейлор. – К., 2007.

Науково-педагогічний

працівник Задорожнюк А.Б.

Завідувач кафедри Баженова С. Е.