

## Анотація навчальної дисципліни

Назва дисципліни	PR (піар) у сфері туризму
Викладач	Ярченко Юлія Віталіївна
Опис Дисципліни	<p><i>Загальна інформація про дисципліну «PR (піар) у сфері туризму»</i></p> <p><i>Мета:</i> засвоєння студентами видів PR, особливостей PR-технологій, механізмів їх створення та впливу у туристичній сфері</p> <p><i>Завдання</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- вивчити теоретичних аспектів впливу PR та особливостей PR-технологій.</li> <li>- ознайомитися з організаційними аспектами створення інформаційних продуктів PR, їх цілями та засобами здійснення у туристичній сфері.</li> <li>- надати характеристику інформаційних кампаній для туристичної галузі.</li> <li>- сформувати у студентів навички аналізу змісту та складових впливу інформаційних продуктів.</li> </ul> <p><i>Знати:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- професійну термінологію, що існує в даній сфері;</li> <li>- історію становлення та розвитку PR;</li> <li>- сутність PR та психологічні особливості цього явища;</li> <li>- види PR;</li> <li>- особливості створення інформації PR, взаємодія PR та ЗМІ, участь індивідів, груп, владних структур у створенні цього продукту;</li> <li>- особливості впливу PR на індивіда, групи, суспільство;</li> </ul> <p><i>вміти:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- вибирати джерела та канали інформації, систематизувати та обробляти інформацію;</li> <li>- здійснювати документальний, фактографічний та семантичний пошук інформації, узагальнювати соціально-психологічну інформацію, формулювати висновки та пропозиції;</li> <li>- формалізувати – переводити зовнішні явища та процеси у знаковий вигляд (здійснювати теоретичне абстрагування);</li> <li>- інтерпретувати – переводити формалізовану інформацію в іншу знакову систему;</li> <li>- виявляти зв'язки між елементами інформаційного матеріалу у процесі роботи зі структурованою інформацією, відповідно до визначеної мети діяльності;</li> <li>- враховувати моральні переконання та смакові уподобання при здійсненні безпечної та ефективної діяльності.</li> </ul> <p>Результатом навчання має бути набуття здобувачами вищої освіти таких <b>компетентностей:</b></p> <p><i>Загальні компетентності:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;</li> <li>- здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;</li> <li>- вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.</li> </ul>
Підсумковий контроль	залік
Перелік тем	<p>Тема 1 Сутність, зміст та історія розвитку PR.</p> <p>Тема 2 Психологічні аспекти PR-технологій.</p> <p>Тема 3 Вимоги до створення інформаційного продукту PR.</p> <p>Тема 4 Основні засоби і заходи PR у сфері туризму.</p> <p>Тема 5 Реклама у діяльності туристичної організації.</p> <p>Тема 6 Організація та технологічні особливості PR-кампаній.</p> <p>Тема 7 Середовище public relations.</p> <p>Тема 8 Кризовий PR та його особливості для туристичної фірми.</p> <p>Тема 9. Роль PR у досягненні ефективної роботи туристичної організації.</p> <p>Тема 10 Формування іміджу туристичної організації.</p>
Рекомендована література	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Бебик В. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз / В. Бебик. – К.: МАУП, 2005. – 440 с.</li> <li>2. Стратегія і тактика комунікацій із громадськістю / За ред. В. Королька. – К., 2003. – 216 с.</li> <li>3. Куліш А.П. Практика PR «по-українському» / А.П. Куліш. – К.: АДЕФ –Україна, 2005. – 335 с.</li> <li>4. Моисеев В.А. Паблік рилейшнз/ В.А. Моисеев. – средство социальной коммуникации (теория и практика) – К.: Дакор, 2002. – 506 с.</li> <li>5. Правик Ю.М. Маркетинг туризму : підручник / Ю.М. Правик. – К. : Знання, 2008. – 303 с.</li> </ol>