

**Силабус навчальної дисципліни  
«Паблік рілейшнз»**

Галузь знань: 24 Сфера обслуговування

Спеціальність: 241 Готельно-ресторанна справа

Освітня програма: Готельно-ресторанна справа

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Курс: 4

Семестр: 8

<b>Факультет</b>	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
<b>Кафедра</b>	<b>Маркетингу, менеджменту та управління бізнесом</b>
<b>Викладач(-і)</b>	<b>ПІБ: Гарматюк Олена Валентинівна</b> <b>Посада:</b> ст. викладач кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом. <b>E-mail:</b> harmatiuk.o@udpu.edu.ua
<b>Лінк на освітній контент дисципліни</b>	<a href="https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/index.php?categoryid=156">https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/index.php?categoryid=156</a>
<b>Статус дисципліни</b>	Навчальна дисципліна вибіркового компонента
<b>Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години</b>	3/90
<b>Обсяг дисципліни (години) та види занять</b>	<b>Денна форма:</b> лекції (20 год.), практичні (22 год.), самостійна робота (48 год.) <b>Заочна форма:</b> лекції (6 год.), практичні (6 год.), самостійна робота (78 год.)
<b>Політика дисципліни</b>	Політика курсу спрямована на створення доброзичливої атмосфери на занятті, активної комунікації у групі. <b>Академічна доброчесність.</b> Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Кодексом академічної доброчесності Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. <b>Відвідування занять.</b> Відвідування занять є важливою складовою освітнього процесу. Очікується, що здобувачі вищої освіти відвідають всі лекції і семінарські (практичні) заняття курсу. Пропуски семінарських (практичних) занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку. Здобувач вищої освіти зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття упродовж двох тижнів з дня пропуску його. <b>Креативна ініціатива здобувача вищої освіти.</b> Здобувачі вищої освіти мають можливість за власною ініціативою підготувати доповіді до визначених робочою програмою тем семінарських (практичних) занять на основі пошуку та огляду наукових публікацій за заданою проблематикою дисципліни, поглибленому опрацюванні окремих лекційних тем або питань; при виконанні ІНДЗ самостійно вибирають його тему та творчо підходять до його вирішення.
<b>Що будемо вивчати?</b>	Умови виникнення, становлення й розвитку паблік рілейшнз як науки та мистецтва, її предмет, об'єкт і основні категорії, особливості засобів його функціонування, складові, напрями, форми діяльності паблік рілейшнз, канали поширення та методологія збору інформації для успішного функціонування PR-структур.
<b>Чому це треба вивчати?</b>	Формування і розвиток у здобувачів особистісних якостей та формування загальнокультурних (універсальних) компетенцій у вигляді системи знань про теоретичні засади та практичні навички у сфері паблік рілейшнз для використання у професійній діяльності.
<b>Яких результатів можна досягнути?</b>	Організовувати процес обслуговування споживачів готельних та ресторанних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами готельних та ресторанних послуг. Застосовувати сучасні інформаційні технології для організації роботи закладів готельного та ресторанного господарства. Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань при організації ефективних комунікацій зі споживачами та суб'єктами готельного та ресторанного бізнесу.
<b>Як можна використати набуті знання та уміння?</b>	Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. Здатність працювати в команді. Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії.

<b>Зміст дисципліни</b>	Предмет, об'єкт і основні категорії публік релейшнз як науки та управлінської діяльності. Загальна характеристика системи зв'язків з громадськістю (ЗЗГ, PUBLIC RELATIONS). Організація роботи в публік релейшнз. Особливості планування ПР-кампаній. Інформаційний привід – основа підготовки документів для роботи з ЗМІ. Інші засоби взаємодії підприємства та ЗМІ. Комунікативні технології в ПР. Ефективність ПР-кампаній. Псевдо-технології ПР та протидія ним.
<b>Обов'язкові завдання</b>	Опанування методологічного апарату організації публік релейшнз, набуття здатності до творчого пошуку напрямків удосконалення діяльності у сфері публік релейшнз.
<b>Міждисциплінарні зв'язки</b>	Економічна етика та діловий етикет. Менеджмент готельно-ресторанного господарства. Маркетинг готельно-ресторанного господарства.
<b>Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)</b>	1. Публік релейшнз : навч.-метод посіб. / уклад. Гарматюк О. В. Умань : Візаві, 2019. 248. 2. Мойсеев В. А. Публік релейшнз: навч. посібн. Київ :Академвидав, 2007. 223 с. 3. Почепцов Г.Г. Публік релейшнз: навч. посібн. Київ :Знання, 2000. 506 с. 4. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посіб. / уклад. Король Інна Володимирівна. Умань :Візаві, 2017. 151 с.
<b>Поточний контроль</b>	Виконання завдань семінарських (практичних) занять, тестування, ІНДЗ. Загальна система оцінювання за навчальною дисципліною визначається розділом 7 Положення про порядок організації освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини – <i>види та критерії оцінювання відображені в робочій програмі з дисципліни.</i>
<b>Підсумковий контроль</b>	Залік. Порядок та організація контролю знань здобувачів вищої освіти, зокрема умови допуску до підсумкового контролю визначаються розділом 7 Положення про порядок організації освітнього процесу Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

Розробник



Гарматюк Олена Валентинівна