

Міністерство освіти і науки України
ВІННИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-педагогічної
та навчальної роботи

 **І.В. Гунько**
« 30 » серпня 2021 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

PR-технології в готельному бізнесі

Рівень вищої освіти Перший (бакалаврський)

Галузь знань 24 Сфера обслуговування

Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа

Освітньо-професійна програма Готельно-ресторанна справа

Вінниця - 2021 р.

Робоча програма навчальної дисципліни «PR-технології в готельному бізнесі». Рівень вищої освіти перший (бакалаврський), галузь знань 24 Сфера обслуговування, спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа, освітньо-професійна програма Готельно-ресторанна справа, 2021 р., 17 с.

Розробник: д.е.н., доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, готельно-ресторанної справи та туризму Головня О.М.

Лектор: д.е.н., доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, готельно-ресторанної справи та туризму Головня О.М. .

Викладачі, які проводять практичні заняття: д.е.н., доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, готельно-ресторанної справи та туризму Головня О.М.

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, готельно-ресторанної справи та туризму

Протокол від “_16_”_серпня_2021_ року, №_1_

Завідувач кафедри к.е.н., доцент Ставська Ю.В. (


(підпис)

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні навчально-методичної комісії факультету економіки та підприємництва

Протокол від “25” серпня 2021 року № 1

Голова навчально-методичної комісії факультету



О.В. Левчук

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні науково-методичної комісії університету

Протокол від “25” серпня 2021 року № 1

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 4 Атестацій - 2	24 Сфера обслуговування 241 Готельно-ресторанна справа ОПП Готельно-ресторанна справа	Вибіркова	
Загальна кількість годин – 120	Перший (бакалаврський)	Рік підготовки:	
		4 -й	
Семестр			
7-й			
Лекції			
16 год			
Практичні, семінарські			
14 год			
Лабораторні			
Самостійна робота			
90 год			
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 самостійної роботи студента – 6	Індивідуальні завдання:		
	Вид контролю: залік		

Програма навчальної дисципліни передбачає перезарахування кредитів освітніх компонентів, отриманих студентами, які навчались за програмою академічної мобільності, неформальної та інформальної освіти за наявності відповідних підтверджуючих документів. Передбачено розробка аудіокурсу, дистанційних online курсів для здобувачів з особливими освітніми проблемами (інклюзивної освіти).

Призначення навчальної дисципліни.

Дисципліна спрямована на оволодіння необхідними знаннями та навичками для виконання функцій прес-секретаря, менеджера комунікаційної структури, експерта, консультанта, референта в державних і громадських установах та організаціях соціокультурної сфери, комерційних структурах з питань масової інформації та ділової комунікації, суспільних зв'язків, гуманітарних технологій.

Мета вивчення навчальної дисципліни.

Мета викладання навчальної дисципліни – Мета навчальної дисципліни формування і розвиток у студентів особистісних якостей та формування загальнокультурних (універсальних) компетенцій у вигляді системи знань про теоретичні засади та практичні навички у сфері public relations для використання у професійній діяльності в сфері готельного бізнесу.

Задачі вивчення дисципліни.

Пропонований курс охоплює проблеми організації та забезпечення ефективної комунікації та діяльності будь-яких інституцій, спрямованих на встановлення відносин із громадськістю шляхом цілеспрямованого формування громадської думки та управління нею.

Зміст курсу значною мірою орієнтований на знання політології, історії, соціології, психології комунікації, теорії дискурсу.

1. Компетентності та результати навчання

Завдання дисципліни спрямовані на формування у студентів компетентності щодо:

Інтегральна компетентність: Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми діяльності суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу, що передбачає застосування теорій та методів системи наук, які формують концепції гостинності і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності:

ЗК 03. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями

ЗК 04. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК 09. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 10. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

Спеціальні (фахові) компетентності (ФК):

СК 04. Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії.

СК 05. Здатність управляти підприємством, приймати рішення у господарській діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

СК 06. Здатність проектувати технологічний процес виробництва продукції і послуг та сервісний процес реалізації основних і додаткових послуг у

підприємствах (зкладах) готельно-ресторанного та рекреаційного господарства.

СК 07. Здатність розробляти нові послуги (продукцію) з використанням інноваційних технологій виробництва та обслуговування споживачів.

СК 08 Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання готельних та ресторанних послуг для різних сегментів споживачів

СК 11. Здатність виявляти, визначати й оцінювати ознаки, властивості і показники якості продукції та послуг, що впливають на рівень забезпечення вимог споживачів у сфері гостинності;

Програмні результати:

ПРН 02. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії готельної та ресторанної справи, організації обслуговування споживачів та діяльності суб'єктів ринку готельних та ресторанних послуг, а також суміжних наук.

ПРН 04. Аналізувати сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності та рекреаційного господарства.

ПРН 05. Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

ПРН 06. Аналізувати, інтерпретувати і моделювати на основі існуючих наукових концепцій сервісні, виробничі та організаційні процеси готельного та ресторанного бізнесу.

ПРН 11. Застосовувати сучасні інформаційні технології для організації роботи закладів готельного та ресторанного господарства.

3. Передумови для вивчення дисципліни

PR-технології в готельному бізнесі належить до навчальної дисципліни вибіркової компоненти, освітній компонент циклу професійної підготовки;

- при вивченні даної дисципліни використовуються знання, отримані з таких дисциплін (пререквізитів): «Сервісологія», «Управління комерційною діяльністю», «Маркетинг», «Діловий етикет», «Інфраструктура в готельно-ресторанному господарстві».

- основні положення навчальної дисципліни мають застосовуватися при вивченні таких дисциплін (постреквізитів): «Стратегічне управління», «Проектування об'єктів готельно-ресторанного бізнесу».

Програма навчальної дисципліни

Атестація 1. Паблік-релейшнз: еволюція, наукові основи, управління

Тема 1. Сучасна концепція паблік релейшнз у готельному бізнесі

Тема 2. Паблік релейшнз у системі управління готельним підприємством

Тема 3. Маркетингові дослідження у паблік релейшнз для готельного бізнесу

Тема 4. Засоби паблік релейшнз у готельному бізнесі

Атестація 2. Паблік-релейшнз в дії

Тема 5. Моделювання процесу комунікативного впливу паблік- релейшнз на економічну поведінку суб'єктів готельного бізнесу

Тема 6. Іміджелогія у готельному бізнесі

Тема 7. Управління ПР-кампаніями у готельному бізнесі

Тема 8. Паблік релейшнз у конфліктних і кризових ситуаціях готельного бізнесу

Структура навчальної дисципліни

ТЕМИ	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усьо го	у тому числі					усьо го	у тому числі				
		л	п	ла б	ін д	с. р.		л	п	ла б	ін д	с.р .
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Атестація 1. Паблік-релейшнз: еволюція, наукові основи, управління												
Тема 1. Сучасна концепція паблік-релейшнз у готельному бізнесі	16	2	2			12						
Тема 2. Паблік-релейшнз у системі управління готельним підприємством	16	2	2			12						
Тема 3. Маркетингові дослідження у паблік-релейшнз для готельного бізнесу	14	2	2			10						
Тема 4. Засоби паблік-релейшнз у готельному бізнесі	16	2	2			12						
Разом	62	8	8			46						
Атестація 2. Паблік-релейшнз в дії												
Тема 5. Моделювання процесу комунікативного впливу паблік-релейшнз на економічну поведінку суб'єктів готельного бізнесу	14	2	-			12						
Тема 6. Іміджелогія у готельному бізнесі	16	2	2			12						
Тема 7. Управління PR-кампаніями у готельному бізнесі	14	2	2			10						
Тема 8. Паблік-релейшнз у конфліктних і кризових ситуаціях готельного бізнесу	14	2	2			10						
Разом	58	8	6			44						
Усього годин	120	16	14			90						

6. Теми лекційних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Атестація I. Паблік-релейшнз: еволюція, наукові основи, управління			
1	Тема 1. Сучасна концепція паблік-релейшнз у готельному бізнесі	2	
2	Тема 2. Паблік-релейшнз у системі управління готельним підприємством	2	
3	Тема 3. Маркетингові дослідження у паблік-релейшнз для готельного бізнесу	2	
4	Тема 4. Засоби паблік-релейшнз у готельному бізнесі	2	
	Разом	8	
Атестація II. Паблік-релейшнз у дії			
5	Тема 5. Моделювання процесу комунікативного впливу паблік-релейшнз на економічну поведінку суб'єктів готельного бізнесу	2	
6	Тема 6. Іміджелогія у готельному бізнесі	2	
7	Тема 7. Управління ПР-кампаніями у готельному бізнесі	2	
8	Тема 8. Паблік-релейшнз у конфліктних і кризових ситуаціях готельного бізнесу	2	
	Разом	8	
	Всього	16	

7. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Атестація I. Паблік-релейшнз: еволюція, наукові основи, управління			
1	Тема 1. Сучасна концепція паблік-релейшнз у готельному бізнесі	2	
2	Тема 2. Паблік-релейшнз у системі управління готельним підприємством	2	
3	Тема 3. Маркетингові дослідження у паблік-релейшнз для готельного бізнесу	2	
4	Тема 4. Засоби паблік-релейшнз у готельному бізнесі	2	
	Разом	8	
Атестація II. Паблік-релейшнз у дії			
5	Тема 5. Моделювання процесу комунікативного впливу паблік-релейшнз на економічну поведінку суб'єктів готельного бізнесу	-	
6	Тема 6. Іміджелогія у готельному бізнесі	2	
7	Тема 7. Управління ПР-кампаніями у готельному бізнесі	2	
8	Тема 8. Паблік-релейшнз у конфліктних і кризових ситуаціях готельного бізнесу	2	
	Разом	6	
	Всього	14	

8. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Атестація I. Паблік-релейшнз: еволюція, наукові основи, управління			
1	Тема 1. Сучасна концепція паблік-релейшнз у готельному бізнесі	12	
2	Тема 2. Паблік-релейшнз у системі управління готельним підприємством	12	
3	Тема 3. Маркетингові дослідження у паблік-релейшнз для готельного бізнесу	10	
4	Тема 4. Засоби паблік-релейшнз у готельному бізнесі	12	
	Разом	46	
Атестація II. Паблік-релейшнз у дії			
5	Тема 5. Моделювання процесу комунікативного впливу паблік-релейшнз на економічну поведінку суб'єктів готельного бізнесу	12	
6	Тема 6. Іміджелогія у готельному бізнесі	12	
7	Тема 7. Управління ПР-кампаніями у готельному бізнесі	10	
8	Тема 8. Паблік-релейшнз у конфліктних і кризових ситуаціях готельного бізнесу	10	
	Разом	44	
	Всього	90	

Основні види самостійної роботи здобувача

№	Вид самостійної роботи	Години	Терміни виконання	Форма та метод контролю
1	Самостійна робота з метою підготовки до поточних аудиторних занять	24	щотижнево	Усне та письмове опитування
2	Аналіз конкретної виробничої ситуації та підготовка аналітичної записки (Case Study)	22	2 рази на семестр	Усне та письмове опитування
3	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань з доповіддю та презентацією за заданою проблемною тематикою	20	2 рази на семестр	Виступ в аудиторії з презентацією, усний захист, дискусія в групі на тему презентації
4	Підготовка до модульного контролю та іспиту	24	3 рази на семестр	Тестування у системі Сократ
Разом		90		

Самостійна робота студента (СРС) — це форма організації навчального процесу, при якій заплановані завдання виконуються студентом без безпосередньої участі викладача. СРС є основним засобом оволодіння навчальним матеріалом у час, вільний від обов'язкових навчальних занять.

Мета самостійної роботи студентів: розвиток творчих здібностей та активізацій розумової діяльності студентів; формування в студентів потреби безперервного самостійного поповнення знань; здобуття студентом глибокої системи знань як ознаки міцності знань; самостійна робота студентів як результат морально-вольових зусиль.

Методичне керівництво самостійною роботою студента з дисципліни Піар технології в готельному бізнесі здійснює викладач.

Метою СРС є засвоєння навчальної програми в повному обсязі та послідовне формування у студентів самостійності як риси характеру, що відіграє суттєву роль у підготовці сучасного фахівця вищої кваліфікації.

В ході самостійної роботи студент має перетворитися в активного учасника навчального процесу, набути здатність самостійного оволодіння теоретичними і практичними компетенціями, вільно орієнтуватися в інформаційному просторі.

Орієнтовний перелік тем індивідуальних навчально-дослідних завдань

1. Історія виникнення паблік рилейшнз та його становлення як сфери діяльності.
2. Застосування системного підходу до формування паблік рилейшнз в економічній сфері.
3. Специфіка паблік рилейшнз у бізнесі.
4. Специфіка роботи фахівців з паблік рилейшнз у бізнесі.
5. Правове регулювання паблік рилейшнз у бізнесі на світовому ринку та в Україні.
6. Етичні норми у паблік рилейшнз в Україні.
7. Тенденції розвитку світової індустрії паблік рилейшнз.
8. Характеристика становлення ринку ПР-послуг в Україні.
9. Процес управління ринковою діяльністю підприємства.
10. Застосування паблік рилейшнз у системі управління ринковою діяльністю підприємства.
11. Визначення основних завдань, принципів, функцій паблік рилейшнз у системі управління ринковою діяльністю підприємства.
12. Розроблення основних ПР-заходів із формування та збереження суверенітету підприємства.
13. Розроблення основних ПР-заходів із формування та збереження ринкової індивідуальності підприємства.
14. Підтримка легітимності підприємства за допомогою ПР-заходів.
15. Застосування заходів із позиціонування об'єкта паблік рилейшнз.
16. Піднесення об'єкта за допомогою ПР-заходів.
17. Застосування антиреклами у бізнес-ПР.
18. Застосування ПР-заходів, спрямованих на відмежування від конкурентів у бізнесі.
19. Застосування контрреклами у бізнесі.
20. Формування корпоративних відносин керівників організації і департаментів за допомогою ПР-заходів.
21. Розроблення стратегії ефективності менеджменту фірми за допомогою паблік рилейшнз.
22. Формування корпоративної культури відносин між працівниками підприємства.
23. Просування товару на внутрішньому ринку компанії.
24. Визначення цілей, завдань маркетингових досліджень у бізнес-ПР.
25. Характеристика цільових аудиторій, їх ієрархія та класифікація.
26. Використання основних напрямів досліджень цільових аудиторій.
27. Застосування методів проведення досліджень у бізнес-ПР.
28. Аналіз потенційних можливостей проведення ПР-акцій.
29. Використання засобів масової інформації у паблік рилейшнз діяльності підприємства.

30. Застосування засобів публік рилейшнз підприємства в установленні відносин із громадськістю.
31. Організація роботи підприємства із засобами масової інформації.
32. Використання методичного апарату в установленні та підтримуванні взаємовигідних відносин із засобами масової інформації.
33. Оформлення документів щодо роботи підприємства із засобами масової інформації.
34. Використання засобів внутрішньофірмового публік рилейшнз у системі управління діяльністю підприємства.
35. Організація проведення ПР-кампаній у бізнесі.
36. Здійснення мотивації у проведенні ПР-акцій.
37. Здійснення координації проведення ПР-акцій.
38. Планування ПР-кампаній.
39. Здійснення попереднього тестування складових елементів програми публік рилейшнз.
40. Проведення контролю та оцінювання ефективності ПР-кампаній.
41. Визначення чинників, які впливають на формування економічної поведінки ринкових суб'єктів.
42. Використання домінант у бізнес-ПР.
43. Використання стереотипів у процесі підготовки та здійснення ПР-акцій.
44. Застосування нерелексієних чинників сприйняття впливу публік рилейшнз на аудиторію.
45. Розроблення ПР-кампаній із застосуванням теорій соціально-психологічного впливу на економічну поведінку ринкових суб'єктів.
46. Розроблення ПР-кампаній з використанням різних стилів відповідно до основних завдань комунікативного обміну.
47. Структурна побудова ПР-кампаній у бізнесі відповідно до основних завдань комунікативного обміну.
48. Застосування ПР-механізмів досягнення компромісу між вирішенням проблем суспільства та підприємства.
49. Використання креативних підходів у створенні ефективних засобів публіситі.
50. Моделювання рекламної підтримки ПР-кампаній.
51. Застосування у бізнесі методів побудови та підтримування іміджу товару, торгової марки, підприємства залежно від завдань комунікативного обміну.
52. Використання методів іміджелогії у бізнесі.
53. Аналіз та оцінка іміджу підприємства.
54. Комплексна система оцінювання іміджу підприємства.
55. Характеристика кризових ситуацій на підприємстві та у бізнес-середовищі.
56. Застосування кризових технологій у публік рилейшнз.
57. Вирішення основних завдань публік рилейшнз у кризових ситуаціях.
58. Використання антикризового публік рилейшнз у бізнесі.
59. Розроблення антикризових стратегій у публік рилейшнз.
60. Здійснення оперативного управління кризою за допомогою публік рилейшнз.
61. Застосування адаптаційного публік рилейшнз у бізнесі.

8. Методи навчання

Відповіді на запитання і опитування думок студентів

Ділові бесіди

Брейнстормінг («мозковий штурм»)

Робота в малих групах

Аналіз історій і ситуацій.

Дискусії, дебати, полеміки

Моделювання професійної діяльності.

Презентації результатів виконаних завдань та досліджень в програмі PowerPoint.

Презентації здобувача та виступи на наукових заходах ВНАУ

Аналіз конкретної виробничої ситуації та підготовка аналітичної записки (Case Study)

Вирішення проблеми, з якою може зіткнутися фірма або установа – dilemma decision

Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань з доповіддю та презентацією за заданою проблемною тематикою

Інші види індивідуальних та групових завдань.

9. Форми поточного та підсумкового контролю

Відповіді на запитання і опитування думок студентів

Ділові бесіди

Брейнстормінг («мозковий штурм»)

Робота в малих групах

Аналіз історій і ситуацій.

Дискусії, дебати, полеміки

Моделювання професійної діяльності.

Презентації результатів виконаних завдань та досліджень в програмі PowerPoint.

Презентації здобувача та виступи на наукових заходах ВНАУ

Аналіз конкретної виробничої ситуації та підготовка аналітичної записки (Case Study)

Вирішення проблеми, з якою може зіткнутися фірма або установа – dilemma decision

Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань з доповіддю та презентацією за заданою проблемною тематикою

Інші види індивідуальних та групових завдань.

10. Критерії оцінювання результатів навчання

	Вид навчальної діяльності	Бали
Атестація 1		
1	Уважність на лекціях, наявність конспективних записів	6
2	Участь у роботі на практичних заняттях	6
3	Аналіз конкретної виробничої ситуації та підготовка аналітичної записки (Case Study)	6
4	Виконання контрольних робіт, тестування	6
5	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань з доповіддю та презентацією за заданою проблемною тематикою	6
	Всього за атестацію 1	30
Атестація 2		
6	Уважність на лекціях, наявність конспективних записів	6
7	Участь у роботі на практичних заняттях	6
8	Аналіз конкретної виробничої ситуації та підготовка аналітичної записки (Case Study)	6
9	Виконання контрольних робіт, тестування	6
10	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань з доповіддю та презентацією за заданою проблемною тематикою	6
	Всього за атестацію 2	30
	Показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності	10
	Підсумкове тестування	30
	Разом	100

У кінці семестру, здобувач вищої освіти може набрати до 60% підсумкової оцінки за виконання всіх видів робіт, що виконуються протягом семестру, до 10% за показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності і до 30% підсумкової оцінки - на екзамені.

Шкала оцінки знань студента

Оцінка за національною 4-бальною	Рейтинг студента, бали	Оцінка за шкалою ECTS
Відмінно	90 – 100	A
Добре	82-89	B
	75-81	C

Задовільно	66-74	D
	60-65	E
Незадовільно	35-59	FX
	1-34	F

Якщо здобувач упродовж семестру за підсумками контрольних заходів набрав (отримав) менше половини максимальної оцінки з навчальної дисципліни (менше 35 балів), то він не допускається до заліку чи екзамену. Крім того, обов'язковим при мінімальній кількості балів за підсумками контрольних заходів є виконання індивідуальної творчої роботи (презентації).

Програма навчальної дисципліни передбачає врахування результатів неформальної та інформальної освіти при наявності підтверджуючих документів як окремі кредити вивчення навчальних дисциплін.

Критерії поточного оцінювання знань здобувачів вищої освіти

Усний виступ, письмові відповіді, виконання і захист творчої роботи, тестування	Критерії оцінювання
5	Відповідь відмінна – правильна, обґрунтована, осмислена. Характеризує наявність: концептуальних знань; високого ступеню володіння станом питання; критичного осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності. Правильно вирішив усі тестові завдання.
4	Відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена. Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Правильно вирішив більшість тестових завдань.
3	Відповідь фрагментарна. Відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення. Студент з розумінням відтворює основні професійні знання та правильно виконує основні прийоми і технічні операції, необхідні для даної роботи. Виконує навчально-практичне завдання. Достатньо усвідомлено користується навчальною документацією. Потребує консультації викладача. При виконанні роботи припускається несуттєвих помилок і неточностей, які частково може виправити. Правильно вирішив половину тестових завдань.
2	Студент без достатнього розуміння відтворює компоненти професійних знань та недостатньо усвідомлено виконує основні прийоми і технічні операції. З частковою допомогою викладача виконує навчально-практичне або контрольне завдання. При виконанні роботи припускається помилок, які самостійно

	виправити не може. Результат виконаної роботи не відповідає якісним показникам. Кількість правильних відповідей недостатня.
1	Студент без достатнього розуміння відтворює компоненти професійних знань та недостатньо усвідомлено виконує основні прийоми і технічні операції. З частковою допомогою викладача виконує навчально-практичне або контрольне завдання. При виконанні роботи припускається помилок, які самостійно виправити не може. Результат виконаної роботи не відповідає якісним показникам. Правильно вирішив окремі тестові завдання.
0	Студент з допомогою викладача відтворює на рівні розпізнання окремі компоненти професійних знань та виконує окремі елементи навчально-практичного або контрольного завдання. При виконанні роботи припускається суттєвих помилок. Результат виконаної роботи не відповідає якісним показникам. Не вирішив жодного тестового завдання.

13. Методичне забезпечення

1. Головня О.М. Піар-технології в готельному бізнесі. Програма навчальної дисципліни для бакалаврів галузі знань 1401 «Сфера обслуговування» напряму підготовки 6.140101 «Готельно-ресторанна справа», Вінниця : ВНАУ, протокол №8 від 25.04.2018, код 15936
2. Головня О.М. Піар-технології в готельному бізнесі. Методичні вказівки з організації самостійної роботи з дисципліни для студентів галузі знань 24 «Сфера обслуговування» спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» першого бакалаврського освітнього ступеня, протокол №7 від 18.03.2019, код 20128
3. Головня О.М. Піар-технології в готельному бізнесі. Методичні вказівки для проведення практичних занять з дисципліни для студентів галузі знань 24 «Сфера обслуговування» спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» першого бакалаврського освітнього ступеня, протокол №7 від 18.03.2019, код 20129

15. Рекомендовані джерела інформації

Основні

1. Взаємодія з громадськістю : зб. звітів за результатами оцінки діяльності органів викон. влади / [упоряд. Л. Паливода ; ред. І. Яцик]. Київ : ТЦК, 2018. 71 с.
2. Етика в рекламній та PR-діяльності: конспект лекцій з дисципліни для здобувачів вищ. освіти першого (бакалавр.) рівня. Львів : Вид-во Львів. торг.-екон. ун-ту, 2018. 79 с.
3. Зв'язки з громадськістю : словник [фахівця] / Л. О. Кочубей [та ін.] ; за наук. ред. д-ра пед. наук, проф. М. М. Поплавського ; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. - Київ : КНУКіМ, 2017. 77 с.
4. Іващенко А.В., Юр'єв В.І., Іващенко А.В., Манжос Е.О., Польова Е.О. Інноваційне управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства у системі рекреаційно-туристичного природокористування: монографія. Вінниця: ВНАУ. Вінниця: ТОВ «Твори». 2019. 373 с.

5. Луцяк В.В., Польова О.Л., Ставська Ю.В., Мостенська Т.Г. Управління бізнес-процесами в ГРС: навчальний посібник. Вінниця: ВНАУ. Вінниця: ТОВ «Твори». 2019. 331 с.
6. Стельмахова, Олександра. Піаритись не можна зупинитись : розумна кн. про PR та медіа в Україні / Олександра Стельмахова. - Дніпро : Ліра, 2019. 193 с.
7. Сухицька, Н. В. Теорія і практика зв'язків із громадськістю. Курс лекцій: навч. посіб. Київ : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2018. 382 с.

Допоміжні

1. Головня О.М. Сучасні детермінанти системних соціально-економічних трансформацій готельного бізнесу. *Бізнес-інформ*. 2019. № 5. С. 111-116.
2. Головня О.М. Тенденції розвитку готельно-ресторанного господарства в умовах формування соціально орієнтованої національної економіки. *Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2019. № 1. С.
3. Д'яконова А. К. Інноваційні напрямки розвитку закладів готельного господарства. *Економіка харчової промисловості*. 2021. Т. 13, Вип. 1. С. 62-68. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/echp_2021_13_1_8.
4. Іващенко А.В. Моделювання процесів управління закупівлею товарів у готельно-ресторанному бізнесі. *Економіка. Фінанси. Право*. 2019. № 7/1. С. 14-17.
5. Кичко І. І. Перспективи використання системи оцінювання персоналу підприємств готельного бізнесу за критеріями компетентності та особистого внеску. *Ефективна економіка*. 2021. № 3. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2021_3_9.
6. Луцяк В.В., Ставська Ю.В., Головня О.М. Стратегічне планування і тактика інноваційної діяльності у рестораних підприємствах: розроблення функціональних харчових продуктів. *Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту*. 2018. №1 (24). С. 103-113.
7. Масленников Є. І. Траєкторія формування конкурентоспроможності та структурних перетворень у готельно-ресторанному сегменті національної економіки. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2021. № 1. С. 48-56. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/itgsse_2021_1_8.
8. Медведєв Г. В. Перспективи категоризації готельних господарств та уніфікація систем оцінювання. *Інновації та технології в сфері послуг та харчування*. 2020. № 2. С. 90-98. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/itsph_2020_2_12.
9. Павлова О. О. Піар-технології в Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія*. 2018. Вип. 36(1). С. 159-162. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_filol_2018_36\(1\)_44](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_filol_2018_36(1)_44).
10. Симонович Н. Визначальні особливості професійної підготовки майбутніх фахівців готельно-ресторанної справи. *Нова педагогічна думка*. 2021. № 2. С. 39-42. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npd_2021_2_9.

11. Ставська Ю.В. Готельний бізнес в сучасних умовах: актуальні проблеми та тенденції розвитку. *Інфраструктура ринку*. 2019. Випуск 35. С. 284-289. URL: [http:// www. market-infr.od.ua/uk/35-2019](http://www.market-infr.od.ua/uk/35-2019)