

Залікові вимоги

з навчальної дисципліни

“PR та Інтернет технології в індустрії гостинності “

Рівень вищої освіти – бакалавр

Галузь знань – 24 Сфера обслуговування

Спеціальність – 241 Готельно-ресторанна справа

Факультет туризму

©Іванова Л.О.

Перелік питань для складання заліку

1. PR-технології в індустрії гостинності: предмет, функції, цілі, завдання.
2. Характеристика PR-технологій, особливості їх застосування в індустрії гостинності.
3. Поняття PR, їх завдання в індустрії гостинності.
4. Принципи і функції PR в індустрії гостинності.
5. Основні напрями паблік рілейшнз в індустрії гостинності.
6. Організація паблік рілейшнз в індустрії гостинності.
7. Поняття іміджу. Імідж підприємств індустрії гостинності.
8. Внутрішні комунікації. Місце PR-підрозділів у структурі підприємств індустрії гостинності.
9. Фірмовий стиль і його складові елементи. Оформлення офісу. Організація прийому відвідувачів.
10. Основні засоби і заходи PR в індустрії гостинності, їх підготовка та проведення.
11. Чинники, що впливають на розробку тактики PR-звернень.
12. Етапи ухвалення рішення щодо тактики засобів розповсюдження PR-повідомлень.
13. Універсальні правила написання PR-звернення.
14. Поняття прес-релізу. Реквізити, технологія написання та підготовки прес-релізу.

15. Заходи для ЗМІ, презентації продукту підприємств індустрії гостинності, прийоми, семінари, конференції, виставки.
16. Виробництво і смислове позиціонування новин для ЗМІ, прийоми посилення інформаційного приводу.
17. Принципи і правила написання текстів для поширення в ЗМІ і для безпосередньої публікації в ЗМІ.
18. Правила організації і проведення найбільш поширених медіазаходів: прес-конференція, брифінг, прес-тур, «круглий стіл», презентація, клубний вечір.
19. Організація виставкових заходів і основні проблеми участі у виставках.
20. Класифікація виставок і ярмарок.
21. Процес організації виставок та ярмарок. Планування та оформлення виставкових площ.
22. Робота персоналу підприємств індустрії гостинності на виставках і ярмарках. Презентації та особливості їх проведення.
23. Сучасні технології в кампаніях зі зв'язків з громадськістю для підприємств індустрії гостинності.
24. Міжнародні PR-кампанії в індустрії гостинності.
25. Робота з цільовою аудиторією в індустрії гостинності. Сфери застосування PR.
26. Персональне і опосередковане інформування про різноманітні заходи підприємств індустрії гостинності.
27. Використання ЗМІ, зовнішньої реклами, Інтернету та інших засобів масової комунікації для інформування про заходи підприємств індустрії гостинності.
28. Підготовка і розсилка персональних запрошень, складання і коректування списку запрошених.
29. Контроль ефективності заходів з інформування про захід підприємства індустрії гостинності.
30. PR в мережі Internet: блогосфера, соціальні мережі, традиційні сайти.
31. PR в системі масових комунікацій: продакт-плейсмент, лайф-плейсмент.
32. PR в надзвичайних ситуаціях.
33. PR в конфліктах.
34. Послідовність дій підприємства індустрії гостинності у розробці антикризової програми.
35. Поняття «PR-кампанія». Взаємозв'язок між поняттями «PR-кампанія», «PR-операція», «PR-діяльність».
36. Структура PR-кампанії. Характеристика базового суб'єкта PR, види технологічних суб'єктів PR. Об'єкт PR-кампанії.
37. Основні характеристики PR-кампаній.
38. Схема проведення PR-кампанії.
39. Класифікації PR-кампаній.

40. Види PR-кампаній за предметною спрямованістю.
41. Види PR-кампаній у залежності від масштабу і за тривалістю.
42. Види PR-кампаній за характером технологічної PR-задачі.
43. Рівні сприйняття PR-кампанії потенційними цільовими групами і широкою громадськістю.
44. Методи вимірювання ефективності PR-програм та PR-діяльності.
45. Етапи оцінювання ефективності PR-програми.
46. Правила оцінювання ефективності PR-програми.
47. Інтернет технології в індустрії гостинності: методи і засоби
48. Організація роботи, засоби та сервіси мережі Інтернет. Електронна пошта. Web сайти
49. Аналіз ринку і маркетинг в мережі Інтернет.
50. Формування агентської мережі в індустрії гостинності.
51. Формування бази постійних клієнтів підприємства індустрії гостинності за допомогою локальних і глобальних мереж.
52. Сучасні інформаційні системи в індустрії гостинності: аналіз, вибір, використання.
53. Призначення, функції і класифікація інформаційних систем в індустрії гостинності.
54. Інформаційні системи бронювання і резервування туристичних, готельних та ресторанних послуг.
55. Автоматизовані системи управління підприємств індустрії гостинності.

Рекомендована література

Основна

1. Алешина И. В. Паблик рилейшнз для менеджеров / И. В. Алешина. – М. : НКФ, 2006. – 480 с.
2. Блэк К. Конкретный и конкурентный PR. Прямое и эффективное руководство для специалистов по PR, имиджу и рекламе. – М. : Эксмо, 2004. – 270 с.
3. Блэк С. PR : международная практика / С. Блэк. – М. : Довгань, 1997. – 180 с.
4. Блэк С. Введение в паблик рилейшнз / С. Блэк ; пер. с англ. - Ростов н/Д. : Феникс, 1998. – 318 с.
5. Джефкинс Ф. Паблик рилейшнз / Ф. Джефкинс, Д. Ядин ; пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - 416 с.
6. Катлип С.М. Паблик рилейшенз. Теория и практика / Катлип С.М., Сентер А.Х., Брум Г.М. ; пер. с англ. – [8-е изд.]. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2000. – 642 с.
7. Китчен Ф. Паблик рилейшнз : принципы и практика / Китчен Ф. ; пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 454 с.

8. Королько В.Г. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика : підручник для студентів вищих навчальних закладів / В. Г. Королько, О. В. Некрасова ; [3-тє вид., доповн. і переробл.]. – К. : Видавничий дїм «Києво-Могилянська академія», 2009. – 831 с.
9. Матвієнко О. В., Бородїна І Л. Internet-технології: проектування Web-сторїнки: Навч. посїб. К.: Центр навчальної лїтератури, 2016.- 154 с.
10. Моисеев В.А. Паблік рилейшнз. Теория и практика / В.А.Моисеев. – [2-е изд.]. – М. : ООО «ИКФ Омега-Л», 2001. – 376 с.
11. Ньюсом Д. Все о PR : теория и практика паблік рилейшнз / Ньюсом Д., Терк Дж., Крукеберг Д. ; пер. с англ. – [7-е изд.].– М. : Консалтинговая группа «ИМИДЖ-контакт»: ИНФРА-М, 2001. – 628 с.
12. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз для профессионалов / Г.Г. Почепцов. – [2-е изд., испр.]. - М. : Рефл-бук: Ваклер, 2001. - 624 с.
13. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз : навч. посїб. / Г.Г.Почепцов. – [3-тє вид., випр. і доп.]. – К. : Т-во «Знання», КОО, 2006. – 327 с.
14. Примак Т.О. PR для менеджерів і маркетологів [Текст] : навч. посїбник. – К. : «Центр учбової лїтератури», 2013. – 202 с.
15. Родигин Л.А. Информационные технологии в гостиничном и туристском бизнесе. М.: РМАТ, 2016. 138 с.
16. Сайтэл Ф.П. Современные паблік рилейшнз / Ф.П.Сайтэл ; пер. с англ. – [8-е изд.]. – М. : Консалтинговая группа «ИМИДЖ-контакт»; ИНФРА-М, 2002. – 592 с.
17. Синяева И.М. Паблік рилейшнз в коммерческой деятельности / И.М.Синяева– М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 414 с.
18. Теория и практика связей с общественностью / Кочеткова А.В., Филиппов В.Н., Скворцов Я.Л., Тарасов А.С. – СПб. : Питер, 2006. – 240 с.
19. Уилкоккс Д.Л. Как создавать PR-тексты и эффективно взаимодействовать со СМИ / Д.Л. Уилкоккс. – [4-е изд.]. – М. : Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт»: ИНФРА-М, 2004. - 761 с.
20. Федотова Л.Н. Паблік рилейшнз и общественное мнение / Л.Н. Федотова. – СПб. : Питер, 2003. – 352с.
21. Шишкин Д.П. PR-кампании : методология и технология / Шишкин Д.П., Гавра Д.П., Бровко С.Л. – СПб. : Роза мира, 2004. – 187 с.

Додаткова

1. Бернет Дж. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Бернет Дж., Мориарти С. ; пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. – СПб. : Питер, 2001. – 864 с.
2. Бландел Р. Эффективные бизнес-коммуникации. Теория и практика в эпоху информации / Р. Бландел – СПб. ; М.; Х.; Мн.: Издательство “Питер”, 2000. – 384 с. (Серия “Теория и практика менеджмента”).

3. Богданов Е.Н. Психологические основы «Паблик рилейшнз» / Богданов Е.Н., Зазыкин В.Г. – [2-е изд.]. – СПб. : Питер, 2003. – 208 с.
4. Борисов Б. Л. Технологии рекламы и PR : учеб. пособие / Б. Л. Борисов – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2001. – С. 31, 139-145.
5. Грин Э. Креативность в паблик рилейшнз / Э.Грин ; пер. с англ. – СПб. : Изд. дом «Нева», 2003. – 224 с.
6. Лейхифф Дж. Бизнес-коммуникации. Стратегии и навыки. / Дж Лейхифф - СПб. ; М.; Х.; Мн. : Изд-во «Питер», 2001. – 686с.
7. Музыкант В.Л. Реклама и PR-технологии в бизнесе, коммерции, политике / В.Л.Музыкант. – М. : Армада-пресс, 2001. – 688 с.
8. Реклама и связи с общественностью : учеб. пособие / Отв. ред. А.Д. Кривоносов, М.А. Шишкина. – СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т, 2004. – 225 с.
9. Самые успешные PR-кампании в мировой практике/ Пер. с англ. – М. : Имидж-Контакт, ИНФРА-М, 2002. – 310 с.

Інформаційні ресурси

1. Законодавство України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.u>
2. Електронні ресурси Львівської наукової бібліотеки ім. Стефаніка НАН України. Електронний режим доступу: <http://www.lsl.lviv.ua/e-resources.htm>.
3. Електронні ресурси Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського. Електронний режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/e-resources>.
4. Електронний каталог Львівської обласної універсальної бібліотеки. Електронний режим доступу: http://lounb.ddns.net:4321/cgi-bin/irbis64r_11/cgiirbis_64.exe
5. Електронний каталог ЛДУФК імені Івана Боберського [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://3w.ldufk.edu.ua>
6. Електронний репозитарій ЛДУФК імені Івана Боберського [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://repository.ldufk.edu.ua/>
7. Сервіс для пошуку наукових джерел Google Scholar. Електронний режим доступу: <https://scholar.google.com.ua>.
8. Інтернет-портал “ProPR”: <http://propr.com.ua/ru/newspr/ukraine>.
9. Інтернет-портал про маркетинг, рекламу і ПР: <http://sostav.ua/section/advindustry/advcommunications/pr>.
10. Інтернет-портал про маркетинг, рекламу і ПР: <http://www.proreklamu.com>.
11. Інтернет-портал про маркетинг, рекламу і ПР: <http://reklamaster.com>.
12. Гмарь А. В. Інтернет – глобальна інформаційна система. – http://abc.vvsu.ru/Books/gis_inet/Default.asp
13. Українська інформаційна система. URL: <http://www.utis.com.ua>