

PR ІНСТРУМЕНТИ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ

Мета курсу – оволодіння студентами природи, змісту та закономірностей PR інструментів у туристичній галузі.

Навчальна дисципліна пов'язана з такими дисциплінами як «Інформаційні технології в туристичному бізнесу», «Історія туризму», «Туристичні ресурси України», «Українська мова (за професійним спрямуванням)», «Іноземна мова (за професійним спрямуванням)» тощо.

Після вивчення навчальної дисципліни “PR інструменти у туристичній галузі” студенти набудуть основних професійних компетентностей щодо: соціально-економічного значення PR в туризмі; типології послуг індустрії гостинності; технології просування туристичного продукту; формування маркетингово-ефективних програм турів; виявлення потреб в туристських послугах певного рівня; проведення сегментації споживачів туристського продукту

Програмні результати навчання:

знати: теоретичні аспекти брендингу та PR на підприємствах індустрії гостинності (основний понятійний апарат, характеристики явищ, процесів, відомі точки зору, проблеми і напрями розвитку теорії планування та організації маркетингової діяльності туристичного підприємств).

уміти: управляти матеріальними й інформаційними потоками на всіх етапах бізнес-процесів підприємства туристичного бізнесу; розробляти дієву комунікаційну політику туристичних підприємств і організацій; моделювати системи брендингу та PR на туристичному підприємстві

володіти: сучасним інструментарій розроблення і впровадження новітніх підходів у сфері PR на підприємствах індустрії гостинності.

Зміст навчальної дисципліни:

Теоретико методологічні засади PR на туристичних підприємствах.

Теоретичні засади брендингу та PR. Інформаційні системи та Інтернет в туризмі. Маркетингові дослідження конкурентного середовища. Дослідження поведінки споживача. Сегментація та PR туристського ринку.

Напрями брендингової та PR діяльності туристичного підприємства.
Брендинг турпродукту, готельного комплексу та посередницьких фірм у туристській індустрії. PR комунікації туристичних підприємств. Створення бренду в туристській індустрії. Брендінгова цінова політика туристичного підприємства. Стратегія туристського брендингу.

Обсяг вивчення навчальної дисципліни: 3,5 кредити ЄКТС, загальний обсяг 105 годин, у тому числі 36 годин аудиторних навчальних занять і 69 годин самостійної та індивідуальної роботи.

Форма семестрового контролю: іспит.