

КАФЕДРА ГОТЕЛЬНОГО І РЕСТОРАННОГО
БІЗНЕСУ

НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА
**ІМІДЖЕВА ІДЕОЛОГІЯ В
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ
БІЗНЕСІ**

ВИКЛАДАЧ: ОЛЬГА ПРОТАСЕНКО



ІМІДЖ

ШТУЧНИЙ ОБРАЗ, ЦІЛЕСПРЯМОВАНО
СТВОРЮВАНИЙ У СУСПІЛЬНІЙ АБО
ІНДИВІДУАЛЬНІЙ СВІДОМОСТІ ТА
ПІДСВІДОМОСТІ ЗАСОБАМИ МАСОВОЇ
КОМУНІКАЦІЇ І ПСИХОЛОГІЧНОГО
ВПЛИВУ



КАТЕГОРІЯ ІМІДЖУ Є ОДНІЄЮ З НАЙБІЛЬШ
УНІВЕРСАЛЬНИХ, ЯКУ ЗАДІЮЮТЬ ЯК У
СОЦІАЛЬНІЙ, ТАК І В ІНДИВІДУАЛЬНІЙ
КОМУНІКАЦІЇ. КРІЗЬ ЇЇ ПРИЗМУ ЛЮДИНА
СПРИЙМАЄ СЕБЕ ТА ОТОЧУЮЧИХ,
ОЦІНЮЮЧИ Й УДОСКОНАЛЮЮЧИ ВЛАСНІ
СТРАТЕГІЇ ВЗАЄМОДІЇ ІЗ СОЦІУМОМ

ІМІДЖ МОЖНА ЗАСТОСУВАТИ ДО БУДЬ-ЯКОГО
ОБ'ЄКТУ АБО ПРЕДМЕТУ СОЦІАЛЬНОГО
ПІЗНАННЯ: ЛЮДИНИ, ОРГАНІЗАЦІЇ, СОЦІАЛЬНОЇ
ПОЗИЦІЇ, ПРОФЕСІЇ, ОСВІТИ, ТОРГОВОЇ МАРКИ,
ПРЕДМЕТУ





НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА ОРІЄНТОВАНА НА ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЗНАНЬ З ПИТАНЬ ІМІДЖУ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ, НАБУТТЯ ПРАКТИЧНИХ НАВИЧОК ЩОДО ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ З УРАХУВАННЯМ ЗАДОВОЛЕННЯ ПОТРЕБ СПОЖИВАЧІВ І ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ



ТИПОЛОГІЯ ІМІДЖУ В
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ
БІЗНЕСІ

ІМІДЖ: ПОНЯТТЯ, СФЕРА
ЗАСТОСУВАННЯ І
МЕТОДОЛОГІЯ В
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ
БІЗНЕСІ

ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ
ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВ
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО
ГОСПОДАРСТВА

**ЩО БУДЕМО
ВИВЧАТИ?**

КОРПОРАТИВНИЙ ДРЕС-
КОД ПІДПРИЄМСТВА
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО
БІЗНЕСУ

ІМІДЖ ОСОБИСТОСТІ В
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ
БІЗНЕСІ. ОСНОВИ
САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ

КОРПОРАТИВНИЙ ІМІДЖ
ПІДПРИЄМСТВА
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО
БІЗНЕСУ



ЗДАТНІСТЬ ФОРМУВАТИ ТА РЕАЛІЗОВУВАТИ
ЕФЕКТИВНІ ЗОВНІШНІ ТА ВНУТРІШНІ КОМУНІКАЦІЇ
НА ПІДПРИЄМСТВАХ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ,
НАВИЧКИ ВЗАЄМОДІЇ



ЯКІ

КОМПЕТЕНЦІЇ →
РОЗВИНЕМО?

ЗДАТНІСТЬ
ОРГАНІЗОВУВАТИ
СЕРВІСНО-
ВИРОБНИЧИЙ ПРОЦЕС
З УРАХУВАННЯМ
ВИМОГ І ПОТРЕБ
СПОЖИВАЧІВ ТА
ЗАБЕЗПЕЧУВАТИ ЙОГО
ЕФЕКТИВНІСТЬ



ЗДАТНІСТЬ ІНІЦІЮВАТИ КОНЦЕПЦІЮ РОЗВИТКУ
БІЗНЕСУ, ФОРМУЛЮВАТИ БІЗНЕС-ІДЕЮ РОЗВИТКУ
СУБ'ЄКТІВ ГОТЕЛЬНОГО ТА РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

