АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б1.В.ДВ.09.02 УПРАВЛЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННЫМИ ОТНОШЕНИЯМИ

Объем трудоемкости: для студентов направления подготовки 43.03.01 «Сервис», ЗФО; 2 зачетных единицы (72 часа, из них: 10,2 контактные часы, 10 часов аудиторной работы, 58 ч. самостоятельной работы, 3,8 ч. контроль).

1.1 Цель дисциплины – Основной целью является формирование системы знаний и навыков профессионального использования технологий связей с общественностью в маркетинге информационных услуг и технологий.

1.2 Задачи дисциплины:

Необходимо овладеть знаниями основ управления общественными отношениями, спецификой работы PR-менеджера в различных видах общественных коммуникаций, получить навыки написания текстовых PR-документов, создания ньюс-релизов, пресс-клипинга и контент-анализа публикаций, проведения презентаций и устных выступлений.

Учебная задача дисциплины.

Будущим специалистам в области информационной деятельности необходимы навыки и знание менеджмента коммуникаций с различными сегментами общественности. Эта потребность имеет как деловой аспект, так и личностный, на уровне построения персонального имиджа современного специалиста.

Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Управление общественными отношениями» относится к дисциплинам по выбору Блок 1 вариативной части основной образовательной программы направления 43.03.01 – Сервис. Знания, полученные в результате ее изучения будут использоваться в итоговой аттестации. Дисциплина формирует базовые знания, которые необходимы для изучения таких дисциплин, как «Деловая риторика», «Культура сервиса».

В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие компетенции:

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать **профессиональными компетенциями**, соответствующими виду (видам) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа бакалавриата:

сервисная деятельность:

– готовностью к работе в контактной зоне с потребителем, консультирование, согласование вида, формы и объема процесса сервиса (ПК–11).

В результате изучения дисциплины «Управление общественными отношениями» студент должен:

1) иметь представление о целях, задачах и принципах проведения мероприятий по связям с общественностью; необходимости применения PR-технологий, основах и формах информационной работы с общественностью, целевыми аудиториями; отличии PR-технологий и рекламно-информационной деятельности в рамках маркетинга товаров и услуг компании;

2) уметь поэтапно планировать организацию деятельности по связям с общественностью предприятий сферы туризма и гостеприимства, как стратегически, так и в кризисной (нештатной) ситуации;

3) выявлять и объяснять особенности информационной деятельности предприятия индустрии туризма и гостеприимства; правильно владеть приемами PR-деятельности и механизмом регулирования информационной среды современной компании.

Изучение дисциплины «Управление общественными отношениями» направлено на формирование следующих компетенций:

Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	В результате изучения данной дисциплины обучающиеся должны:		
		знать	уметь	владеть
ПК-11	*сервисная деятельность:* – готовностью к работе в контактной зоне с потребителем, консультирование, согласование вида, формы и объема процесса сервиса.	– иметь представление о целях, задачах и принципах проведения мероприятий по связям с общественностью; – о необходимости применения PR-технологий, основах и формах информационной работы с общественностью, целевыми аудиториями; – об отличии PR-технологий и рекламно-информационной деятельности в рамках маркетинга товаров и услуг компании;	– уметь поэтапно планировать организацию деятельности по связям с общественностью предприятий сферы туризма и гостеприимства, как стратегически, так и в кризисной (нештатной) ситуации; – выявлять и объяснять особенности информационной деятельности предприятия индустрии туризма и гостеприимства;	– правильно владеть приемами PR-деятельности и механизмом регулирования информационной среды современной компании.

Таблица 3 – Разделы дисциплины, изучаемые на 3 курсе, заочная форма.

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1	Связи с общественностью: значение, содержание, история становления.	16	2		-	14
2	Основы коммуникации в связях с общественностью.	16		2	-	14
3	Работа с основными группами общественности.	16	2		-	14
4	Комплексные направления PR-деятельности.	20		4	-	16
	Итого по дисциплине:		4	6	-	58

Курсовые работы: не предусмотрены.

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет.

Основная литература:

1. Малькевич А.А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – Электрон. дан. – URL: https:// biblio-online.ru/book/508EE4F6-D4F7-4C9D-8CA9-364D7AC1D2F8.
2. Синяева И.М. Паблик рилейшенз: толковый словарь. – Электрон. дан. – М.: Дашков и Ко, 2016. – URL: https://e.lanbook.com/book/70558.
3. Фадеева Е.Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е.Н. Фадеева, А.В. Сафронов, М.А. Красильникова. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – Электрон. дан. – URL: https://biblio-online.ru/book/09F0A4F7-A8CB-430B-BE4E-C92C2C63127B.

Автор РПД А.Г. Максименко