

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б1.О.18 «Связи с общественностью»

Объем трудоемкости дисциплины для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм, ОФО: 3 зачетные единицы (108 часов, из них: 12,2 контактные часы, 91,8 часов самостоятельной работы, 4 часа контроль).

Цель освоения дисциплины «Связи с общественностью» – формирование системы знаний и навыков профессионального использования технологий связей с общественностью в маркетинге информационных услуг, а также технологий исследования туристского рынка и методов продвижения туристского продукта.

Задачи дисциплины:

- овладеть знаниями основ планирования PR-деятельности туристской фирмы;
- научиться исследовать туристский рынок, анализировать информационное пространство и качество информационной работы компании;
- изучить основы взаимодействия компании с внутренней и внешней общественностью;
- освоить специфику работы PR-менеджера в различных видах общественных коммуникаций;
- получить навыки написания текстовых PR-документов, создания ньюс-релизов, прессклипинга и контент-анализа публикаций;
- освоить принципиальную модель организации и проведения презентаций и устных выступлений.

Место дисциплины в структуре учебного плана.

Дисциплина «Связи с общественностью» относится к обязательной части в Блоке 1. Дисциплины (модули) учебного плана.

Необходимость включения дисциплины «Связи с общественностью» в учебный план вызвана тем, что деятельность туристского предприятия заключается в проектировании, продвижении и реализации туристско-экскурсионного продукта. Будущим сотрудникам туристско-экскурсионных компаний 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.

Изучение дисциплины «Связи с общественностью» базируется на довузовской подготовке в области экономической географии, обществознания и изучении дисциплин «Реклама в туристско-экскурсионной деятельности» и «Межкультурное взаимодействие в туристской деятельности».

Требования к уровню освоения дисциплины.

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующей компетенции:

ОПК-4 Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта

Таблица 1 – Результаты освоения дисциплины «Связи с общественностью»

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1	ОПК-4	Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	<ul style="list-style-type: none"> – правовые основы деятельности по связям с общественностью; – цели, задачи и принципы проведения мероприятий по связям с общественностью; – о необходимости применения PR-технологий, основах и формах информационной работы с внутренней и внешней общественностью; – об отличии PR-технологий и рекламно-информационной деятельности в рамках маркетинга товаров и услуг компании; 	<ul style="list-style-type: none"> – поэтапно планировать организацию деятельности по связям с общественностью предприятий, как стратегически, так и в кризисной (нештатной) ситуации; – выявлять и объяснять особенности информационной деятельности предприятия индустрии туризма и гостеприимства; – составлять программу продвижения туристско-экскурсионного продукта; 	<ul style="list-style-type: none"> – основами массовых коммуникаций в информационной среде; – методами продвижения туристско-экскурсионного продукта; – основными приемами PR-деятельности – механизмом регулирования информационной среды современной компании.

Таблица 2 – Разделы дисциплины, изучаемые на 4 курсе ЗФО

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов			
		Всего	Аудиторная работа		Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	СРС
1	2	3	4	5	6
1	Связи с общественностью: значение, содержание, история становления	22	2	-	20
2	Основы коммуникации в связях с общественностью	24	2	2	20
3	Работа с основными группами общественности	24	2	2	20
4	Комплексные направления PR-деятельности	33,8	-	2	31,8
	<i>Итого по дисциплине:</i>		6	6	91,8

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 / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — Электрон. дан. — URL: [https:// biblio-online.ru/book/508EE4F6-D4F7-4C9D-8CA9-364D7AC1D2F8](https://biblio-online.ru/book/508EE4F6-D4F7-4C9D-8CA9-364D7AC1D2F8).

3. Синяева И.М. Паблик рилейшенз: толковый словарь. — Электрон. дан. — М.: Дашков и Ко, 2016. — URL: <https://e.lanbook.com/book/70558>.

4. Соболев Н.К. Особенности формирования имиджа компании методами связей с общественностью / Н.К. Соболев. — М.: Лаборатория книги, 2010. — Электрон. дан. — URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=88261>.

5. 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>.

6. Чернышева Т.Л. Связи с общественностью (PR): учебное пособие / Т.Л. Чернышева. — Новосибирск: НГТУ, 2012. — Электрон. дан. — URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228940>.

Автор РПД канд. геогр. наук, доцент



А.Г. Максименко