

Аннотация к рабочей программе дисциплины  
**Б1.О.27 «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

**Объем трудоемкости дисциплины** для студентов направления подготовки 43.03.01 Сервис, ОФО: 3 зачетные.

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

**Задачи дисциплины:**

- овладеть знаниями основ планирования рекламной и PR-деятельности фирмы;
- научиться исследовать 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 рекламных и PR-документов, создания ньюсрелизов, пресс-клипинга и контент-анализа публикаций;
- научиться планировать рекламную кампанию, рассчитывать рекламный бюджет;
- освоить принципиальную модель организации и проведения презентаций и устных выступлений.

**Место дисциплины в структуре учебного плана.**

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

Необходимость включения дисциплины «Реклама и связи с общественностью» в учебный план вызвана тем, что будущим сотрудникам современных 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 «Реклама и связи с общественностью» базируется на довузовской подготовке в области экономической географии, обществознания и изучении дисциплин «Маркетинг и интернет-маркетинг» и «Кросс-культурные коммуникации».

В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 3 курсе по очной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Изучение дисциплины «Реклама и 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».

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине «Реклама и связи с общественностью»**

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-4	Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов
ИОПК 4.1 Осуществляет маркетинговые исследования сервисного рынка, потребителей, конкурентов	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– правовые основы деятельности по связям с общественностью;</li> <li>– цели, задачи и принципы проведения мероприятий по связям с общественностью;</li> </ul> <p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– поэтапно планировать организацию деятельности по связям с общественностью предприятий, как стратегически, так и в кризисной (нештатной) ситуации;</li> </ul> <p><b>Владеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основами массовых коммуникаций в информационной среде;</li> </ul>
ИОПК-4.2 Знает и умеет использовать основные методы продаж услуг, в том числе онлайн	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– о необходимости применения PRтехнологий, основах и формах информационной работы с внутренней и внешней общественностью компании;</li> </ul> <p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выявлять и объяснять особенности информационной деятельности предприятия индустрии туризма и гостеприимства;</li> <li>– составлять программу продвижения сервисного продукта;</li> </ul> <p><b>Владеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основными приемами PRдеятельности – механизмом регулирования информационной среды современной компании.</li> </ul>
ИОПК-4.3 Осуществляет продвижение услуг по основным направлениям, в том числе в сети Интернет	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– специфику поведения потребителей на рынке услуг;</li> <li>– технологию построения политики сегментирования и позиционирования услуг на рынке;</li> <li>– законодательство по ведению марочной политики и разработки фирменного стиля.</li> </ul> <p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– прогнозировать спрос и предложение на услуги;</li> <li>– разрабатывать продуктовую, ценовую, сбытовую и политику продвижения сервисного продукта;</li> </ul> <p><b>Владеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– методами продвижения сервисного продукта;</li> <li>– основными приемами PRдеятельности;</li> <li>– механизмом регулирования информационной среды современной компании.</li> </ul>
ПК-2	Способен управлять проектом конгрессно-выставочной деятельности на всех этапах
ИПК-2.1 Проводит маркетинговый анализ, направленный на выявление возможностей эффективного развития проекта в конгрессно-выставочной деятельности	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- правовые основы деятельности по рекламе и связям с общественностью;</li> </ul> <p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- поэтапно планировать организацию деятельности по связям с общественностью предприятий, как стратегически, так и в кризисной (нештатной) ситуации</li> </ul> <p><b>Владеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основами массовых коммуникаций в информационной среде;</li> </ul>
ИПК-2.4 Обеспечивает соответствие маркетингового плана концепции и бизнес-плану конгрессно-выставочного мероприятия	<p><b>Знает:</b> - о необходимости применения PRтехнологий, основах и формах информационной работы с внутренней и внешней общественностью;</p> <p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выявлять и объяснять особенности информационной деятельности предприятия;</li> </ul> <p><b>Владеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– методами продвижения продукта/услуги и компании; – основными приемами рекламной и PRдеятельности;</li> </ul>
ИПК-2.8 Осуществляет анализ результатов проведения конгрессно-выставочного мероприятия для	<p><b>Знает:</b> - об отличии PRтехнологий и рекламной информационной деятельности в рамках маркетинга товаров и услуг компании;</p> <p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– составлять программу продвижения продукта/услуги и компании;</li> </ul> <p><b>Владеет:</b></p>

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
повышения эффективности будущих проектов	– механизмом регулирования информационной среды современной компании.
ПК-3 Способен к управлению процессом подготовки к участию и участия в конгрессно-выставочном мероприятии организации-экспонента	
ИПК-3.4 Осуществляет оценку эффективности участия конгрессно-выставочных мероприятиях	<b>Знает:</b> – об отличии PR-технологий и рекламно-информационной деятельности в рамках маркетинга товаров и услуг
	<b>Умеет:</b> – выявлять и объяснять особенности информационной деятельности предприятия индустрии туризма и гостеприимства;
	<b>Владеет:</b> – методами продвижения сервисного продукта;

### Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов			
		Всего	Аудиторная работа		Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	
1	2	3	4	5	6
1.	Реклама и связи с общественностью: значение, содержание, история становления	22	4	8	20
2.	Основы коммуникации	24	4	8	12
3.	Работа с основными группами общественности	24	4	8	12
4.	Комплексные направления PR-деятельности	32,8	4	10	18,8
<b>ИТОГО по разделам дисциплины</b>			<b>16</b>	<b>34</b>	<b>52,8</b>
Контроль самостоятельной работы (КСР)		<b>5</b>			
Промежуточная аттестация (ИКР)		<b>0,2</b>			
Экзамен		-			
Общая трудоемкость по дисциплине		<b>108</b>			

**Курсовые работы:** не предусмотрены.

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** Зачет.

Автор РПД ст. преподаватель \_\_\_\_\_



А.А. Жуликов