

Аннотация к рабочей программе дисциплины  
**Б1.О.25 «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

**Объем трудоемкости дисциплины** для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм, ОФО: 3 зачетные.

**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».

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине «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 туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ИОПК-4.1 Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов	<b>Знает:</b> – правовые основы деятельности по связям с общественностью; – цели, задачи и принципы проведения мероприятий по связям с общественностью;
	<b>Умеет:</b> – 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;
	<b>Владеет:</b> – основами массовых коммуникаций в информационной среде; – методами продвижения туристско-экскурсионного продукта;
ИОПК-4.2 Знает и умеет использовать основные методы продаж туристских услуг, в том числе онлайн	<b>Знает:</b> – 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;
	<b>Умеет:</b> – выявлять и объяснять особенности информационной деятельности предприятия индустрии туризма и гостеприимства; – составлять программу продвижения туристско-экскурсионного продукта;
	<b>Владеет:</b> – основными приемами PR-деятельности – механизмом регулирования информационной среды современной компании.
ИОПК-4.3 Осуществляет продвижение услуг по основным направлениям, в том числе в сети Интернет	<b>Знает:</b> – специфику поведения потребителей на рынке туристских услуг; – технологию построения политики сегментирования и позиционирования услуг туристского предприятия на рынке; – законодательство по ведению марочной политики и разработки фирменного стиля.
	<b>Умеет:</b> – прогнозировать спрос и предложение на услуги; – разрабатывать продуктовую, ценовую, сбытовую и политику продвижения туристского предприятия;
	<b>Владеет:</b> – методами продвижения туристско-экскурсионного продукта; – основными приемами PR-деятельности; – механизмом регулирования информационной среды современной компании.

### 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.	Связи с общественностью: значение, содержание, история становления	22	2	-	20
2.	Основы коммуникации в связях с общественностью	24	2	-	20
3.	Работа с основными группами общественности	24	2	2	20
4.	Комплексные направления PR-деятельности	33,8	-	2	32
<b>ИТОГО по разделам дисциплины</b>			<b>6</b>	<b>6</b>	<b>92</b>
Контроль самостоятельной работы (КСР)		-			
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