

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	Знает: – правовые основы деятельности по связям с общественностью; – цели, задачи и принципы проведения мероприятий по связям с общественностью;
	Умеет: – 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;
	Владеет: – 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	Знает: – 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;
	Умеет: – выявлять и объяснять особенности информационной деятельности предприятия индустрии туризма и гостеприимства; – составлять программу продвижения туристско-экскурсионного продукта;
	Владеет: – 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	Знает: – 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.
	Умеет: – прогнозировать спрос и предложение на услуги; – разрабатывать продуктовую, ценовую, сбытовую и политику продвижения туристского предприятия;
	Владеет: – 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.

Вид учебной работы	Всего часов	Курс (часы)
		3
Контактная работа, в том числе:		
Аудиторные занятия (всего):	12	12
Занятия лекционного типа	6	6
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	6	6
Иная контактная работа:	0,2	0,2
Контроль самостоятельной работы (КСР)	-	-
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	0,2
Самостоятельная работа, в том числе:	92	92
Проработка учебного (теоретического) материала	40	40
Подготовка к текущему контролю и др.	52	52
Курсовая работа (подготовка и написание)	-	-
Контроль:	3,8	3,8

Подготовка к зачету		3,8	3,8
Общая трудоемкость	час.	108	108
	в том числе контактная работа	12,2	12,2
	зач. ед	3	3

Курсовые работы: *не предусмотрены.*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *Зачет.*

Автор РПД ст. преподаватель _____



А.А. Жуликов