



**Негосударственное аккредитованное некоммерческое
частное образовательное учреждение высшего образования
«АКАДЕМИЯ МАРКЕТИНГА И СОЦИАЛЬНО-ИНФОРМАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ – ИМСИТ»
(г. Краснодар)**

Кафедра технологий сервиса и деловых коммуникаций

Рассмотрено и одобрено на заседании
кафедры Технологий сервиса и деловых
коммуникаций Академии ИМСИТ,
протокол №8 от 19 марта 2018 года,
зав. кафедрой, доцент


_____ Н.И. Севрюгина

УТВЕРЖДЕНО
Научно-методическим советом академии
протокол №8 от 16 апреля 2018 года
ДЛЯ
ДОКУМЕНТОВ
Председатель НМС,
проректор по учебной работе,
профессор


_____ Н.Н. Павелко

**Б1.В.ДВ.12.01 «PR ТЕХНОЛОГИИ И РЕКЛАМА В ТУРИСТСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
по направлению подготовки
43.03.02 Туризм
направленность (профиль) программы
«Организация и технология туроператорских и турагентских услуг»
Квалификация
Бакалавр

Краснодар
2018

| | |
|--|--|
| <p>Цель и задачи изучения дисциплины:</p> | <p>Цели дисциплины: является ознакомление студентов с основными составляющими рекламы и PR, овладение студентами прочными знаниями в области «public relations» и рекламы, постижение механизма построения коммуникационных связей.</p> <p>Задачи дисциплины: - изучение и практическая реализация основных методов формирования позитивного имиджа компании или отдельной личности, используемых в связях с общественностью; -изучение современных средств коммуникации, используемых в PR и рекламе для установления длительных позитивных отношений между общественностью и компаниями; - рассмотрение этических и правовых норм деятельности специалиста в области PR и рекламы; - изучение инструментов предупреждения, разрешения и профилактики конфликтных ситуаций как внутри кампании, так и с внешней средой; - изучение социологических методов исследования, позволяющих собирать и обрабатывать необходимую для проведения рекламных и PR-кампаний информацию; - исследование этапов планирования и проведения PR-кампаний, подходов к формированию бюджета.</p> |
| <p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)</p> | <p>Связи с общественностью в современном обществе. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития связей с общественностью. Связи с общественностью в современном обществе, цель и функции. Структура, функции и особенности работы служб по связям с общественностью. Профессиональные требования к PR-специалисту. Связи с общественностью в регулировании общественного мнения Общественность и общественное мнение. Процесс влияния служб по связям с общественностью на общественное мнение. Правовые и неформальные способы регулирования деятельности в области связей с общественностью. Связи с общественностью и СМИ. Средства массовой информации, их классификация и назначение. Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью в органах власти. Медиапланирование. Подготовка материалов для СМИ. Правила разработки рекламных и информационных кампаний в СМИ. Коммуникации и кризисный PR. Коммуникации в связях с общественностью.</p> |

| | |
|---|--|
| | <p>Виды внутренних коммуникаций в туристической фирме Менеджмент PR в критических ситуациях Формирование имиджа государственной службы и руководителя.</p> |
| <p>Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:</p> | <p>готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-8) способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту туристского продукта (ОПК-1) способностью организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов (ОПК-3) способностью находить, анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию в области туристской деятельности (ПК-6) способностью использовать методы мониторинга рынка туристских услуг (ПК-7)</p> |
| <p>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:</p> | <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знание специфику внутреннего и внешнего имиджа, механизмы его формирования; особенности планирования и проведения PR-акции и PR-кампании; - знание особенности связей с общественностью; основных методов исследований в связях с общественностью; - знание правовых основ и этических норм в связях с общественностью; основных механизмов взаимодействия со СМИ; основ управления кризисными и конфликтными ситуациями в ходе реализации PR-проектов; - умение участвовать в подготовке и проведении выставок, презентаций, аукционов и иных мероприятий; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - умение сравнивать различные технологии PR, понимать целесообразность использования той или иной технологии для различных типов организаций и условий (процветания, кризиса, стагнации и т.д.), видеть особенности работы с внешним и внутренним окружением организации; формировать, изменять и корректировать имидж организации посредством взаимодействия со СМИ, внешней и внутренней общественностью; - умение использовать основные понятия и категории public relations, понимать основные закономерности их построения в учреждениях государственной власти; осуществлять функции секретаря, секретаря-референта руководителей региональных и федеральных органов государственного управления; вести базы данных по |

| | |
|--|---|
| | <p>различным аспектам социально-политического и экономического развития регионов;</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - владение развитым внутренним чувством социальной и нравственной ответственности человека перед собой и обществом, уважением к историческому наследию и культурным традициям. - владение навыками подготовки дайджестов информационно-аналитических изданий, технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, технологиями формирования общественного мнения. - владение навыками подготовки информационных материалов, публичного выступления, ведения переговоров, совещаний, осуществления деловой переписки и электронной коммуникации. |
| Формы проведения занятий, образовательные технологии: | <p>Лекционные занятия: проблемные лекции, лекция – визуализация, лекция-беседа, лекция - анализ ситуаций.</p> <p>Практические занятия: тематические семинары, проблемные семинары, метод «круглого стола», метод «коллективной мыслительной деятельности», методы анализа проблемных ситуаций, логико- методологическое проектирование, решение задач.</p> |
| Используемые инструментальные и программные средства: | Средства проекции (презентации), программированного контроля (тестирования) |
| Формы промежуточного контроля: | Текущие оценки знаний, тестирование, доклады, самостоятельные работы |
| Общая трудоемкость изучения дисциплины: | 108 ч./3 з.е. |
| Форма итогового контроля знаний: | экзамен |