

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:  
Декан естественно-географического  
факультета



С.В. Жеглов

«29» июня 2017 г.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Связи с общественностью**

Уровень основной профессиональной образовательной программы:  
бакалавриат

Направление подготовки: 43.03.02 Туризм

Направленность (профиль) подготовки: Технология и организация  
туроператорских и турагентских услуг

Форма обучения: очная

Сроки освоения ОПОП: 4 года - нормативный

Факультет: естественно-географический

Кафедра: журналистики

Рязань, 2017

## ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины Связи с общественностью являются формирование компетенций ФГОС ВО, посредством изучения специфики функционирования феномена PR в современном социокультурном пространстве; анализа взаимодействия процессов, регулирующих связи с общественностью с проблемами технологии и организации туристических услуг, использование PR-акций в туристическом бизнесе.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВУЗА

2.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.13(1) Связи с общественностью относится к вариативной части Блока 1 – дисциплины по выбору

2.2. Для изучения данной дисциплины необходимы следующие предшествующие дисциплины:

Русский язык и культура речи

Маркетинг в туристской индустрии

Конфликтология

Психология

Сервисная деятельность в туризме

2.3. Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

Реклама в туризме

Управление качеством услуг в туризме

Туристско-рекреационное проектирование

Бизнес-планирование в туризме

## 2.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общекультурных (ОК), общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций:

№ п/п	Номер/индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть (навыками)
1	2	3	4	5	6
1.	ОК 4	Способность работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Историю возникновения и развития научной и практической деятельности «Связь с общественностью» Работу подразделений PR с учетом социальных, этнических и конфессиональных различий	Использовать уже имеющиеся приемы и методы PR компаний в собственной профессиональной деятельности Создавать PR-кампании учитывая основные социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	сведениями о структуре PR в туристическом бизнесе навыками внедрения сложившихся традиционных методов в собственной профессиональной деятельности Приемами создания оригинальных методов PR компаний с учетом регионального и временного компонента, социальных, этнических и конфессиональных различий
2.	ОПК 3	Способность организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов	Процедурные особенности PR в контексте процесса обслуживания потребителей и	работать в процессе кризисной ситуации; совершенствовать процедурные технологии в	навыками работы в кризисной ситуации; Приемами организации процесса обслуживания потребителей и (или) туристами

			(или) туристов; принципы работы PR в кризисной ситуации	зависимости от работы с потребителями и (или) туристами	
3.	ПК 4	Способность организовывать работу исполнителей, принимать решение в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства	Принципы взаимодействия руководства PR и исполнителей в процессе взаимодействия коммуникации PR и имиджа с учетом социальной политики государства	Формировать благоприятную среду для развития PR сегмента с использованием принципов и законов коммуникации; создавать положительный имидж бизнеса как следствие PR кампании в туристской деятельности	Приемами налаживания коммуникации с исполнителями, способами создания положительного имиджа.

## 2.5 Карта компетенций дисциплины.

КАРТА КОМПЕТЕНЦИЙ ДИСЦИПЛИНЫ				
НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ Связи с общественностью				
Цель дисциплины	формирование компетенций ФГОС ВО, посредством изучения специфики функционирования феномена PR в современном социокультурном пространстве; анализа взаимодействия процессов, регулирующих связи с общественностью с проблемами технологии и организации туристических услуг, использование PR-акций в туристическом бизнесе.			
В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие				
Общекультурные компетенции:				
КОМПЕТЕНЦИИ	Перечень компонентов	Технологии формирования	Форма оценочного средства	Уровни освоения компетенции

ИНДЕКС	ФОРМУЛИРОВКА				
ОК 4	Способность работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	<p><b><u>Знать</u></b> Историю возникновения и развития научной и практической деятельности «Связь с общественностью» Работу подразделений PR, с учетом социальных, этнических и конфессиональных различий</p> <p><b><u>Уметь</u></b> Использовать уже имеющиеся приемы и методы PR компаний в собственной профессиональной деятельности Создавать PR-кампании учитывая основные социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p> <p><b><u>Владеть</u></b> сведениями о структуре PR в туристическом бизнесе навыками внедрения сложившихся традиционных</p>	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа с источниками информации	Отчет по практической работе, Реферат, Зачет	<p><b>ПОРОГОВЫЙ</b> Хорошо знает теоретические основы Связей с общественностью</p> <p><b>ПОВЫШЕННЫЙ</b> Умеет уверенно применять полученные знания на практике, создавая оригинальные модели кампаний с учетом социальных, этнических и конфессиональных различий</p>

		методов в собственной профессиональной деятельности Приемами создания оригинальных методов PR компаний с учетом регионального и временного компонента, социальных, этнических и конфессиональных различий			
Общепрофессиональные компетенции:					
КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Технологии формирования	Форма оценочного средства	Уровни освоения компетенции
ИНДЕКС	ФОРМУЛИРОВКА				
ОПК 3	Способность организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов	<b><u>Знать</u></b> Процедурные особенности PR в контексте процесса обслуживания потребителей и (или) туристов; принципы работы PR в кризисной ситуации <b><u>Уметь</u></b> работать в процессе кризисной ситуации; совершенствовать процедурные технологии в зависимости от работы с	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа с источниками информации	Отчет по практической работе, Реферат, Зачет	<b>ПОРОГОВЫЙ</b> Демонстрирует способность под руководством организовать процесс обслуживания, используя уже отработанные приемы и методы Связи с общественностью  <b>ПОВЫШЕННЫЙ</b> Демонстрирует способность на более высоком уровне организовывать процесс, используя оригинальную методику, учитывающую региональный аспект

		потребителями и (или) туристами <b>Владеть</b> навыками работы в кризисной ситуации; Приемами организации процесса обслуживания потребителей и (или) туристами			
Профессиональные компетенции					
КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Технологии формирования	Форма оценочного средства	Уровни освоения компетенции
ИНДЕКС	ФОРМУЛИРОВКА				
ПК 4	Способность организовывать работу исполнителей, принимать решение в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства	<u>Знать</u> Принципы взаимодействия руководства PR и исполнителей в процессе взаимодействия коммуникации PR и имиджа с учетом социальной политики государства <u>Уметь</u> Формировать благоприятную среду для развития PR сегмента с использованием принципов и	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа с источниками информации	Отчет по практической работе, Реферат, Зачет	<b>ПОРОГОВЫЙ</b> Демонстрирует способность под руководством организовать работу исполнителей в туристской деятельности  <b>ПОВЫШЕННЫЙ</b> Демонстрирует способность на более высоком уровне организовать работу исполнителей, принимать решение, учитывать социокультурный курс государства

	законов коммуникации; создавать положительный имидж бизнеса как следствие PR кампании в туристской деятельности <u>Владеть</u> Приемами налаживания коммуникации с исполнителями, способами создания положительного имиджа.			
--	--	--	--	--



## ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

### 1. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы		Всего часов	Семестр № 6
1		2	
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)		48	48
В том числе:			
Лекции (Л)		16	16
Практические занятия (ПЗ), Лабораторные работы (ЛР)		32	32
2. Самостоятельная работа студента		60	60
В том числе			
<i>СРС в семестре:</i>			
Курсовая работа	КП		
	КР		
Другие виды СРС:		-	
Подготовка к практическим занятиям		18	18
Написание реферата		6	6
Чтение дополнительной литературы		18	18
Подготовка к зачету		18	18
<i>СРС в период сессии</i>		-	-
Вид промежуточной аттестации	зачет (З),	зачет	зачет
	экзамен (Э)		
ИТОГО: Общая трудоемкость	часов	108	108
	зач. ед.	3	3

### 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 2.1. Содержание разделов дисциплины

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Содержание раздела в дидактических единицах
		3	4
6	1.	История возникновения и развития научной и практической деятельности «Связь с общественностью»	История появления и развития связей с общественностью. Место в повседневной жизни. Определение понятия связей с общественностью. Принципы и функции связей с общественностью. Связи с общественностью и близкая к ним деятельность (пресс-посредничество, продвижение (промоушн), общественные дела, паблисити, реклама, маркетинг, торговля). Требования к личным качествам специалистов по связям с

		общественностью.
2.	Подразделение публик рилейшнз в функциональной структуре организации	Статус связей с общественностью. Организационная структура и обязанности. Отдел связей с общественностью: преимущества и недостатки. Субординация и организационные схемы подразделений связей с общественностью. Консультативная фирма связей с общественностью. Интеграция функций подразделений и консультационных фирм связей с общественностью.
3.	Общественность и общественное мнение в сфере публик рилейшнз	Понятие общественности. Ситуативный подход в определении целевых групп общественности. Способы определения целевых групп общественности. Ключевые категории общественности. Приоритетные группы общественности. Понятие «общественное мнение». Установки и стереотипы в общественном мнении. Ориентация и коориентация в формировании общественного мнения. Влияние на установки. Причины и мотивы изменения установок. Вопросы этики публик рилейшнз. Типы исследования общественного мнения.
4.	Коммуникация и имидж в сфере связей с общественностью	Законы коммуникации. Обратная связь. Модели и уровни коммуникации. Способы борьбы за внимание общественности. Процесс коммуникации и его элементы: отправитель (источник) и получатель (адресат) сообщения. Кодирование и декодирование сообщений. Способы влияния на общественность и общественное мнение. Имидж и его природа. Понятие и типология имиджа. Имиджмейкинг в системе публик рилейшнз. Объекты формирования имиджа. Методы формирования имиджа. Передача сообщения при помощи имиджа.
5.	Управление процессом связями с общественностью. Процедурные технологии публик рилейшнз: фасилитация и медиация	Теория управления публик рилейшнз. Составляющие процесса управления. Этапы управления. Подготовка критериев оценки PR-программы. Фасилитатор и фасилитация. Медиатор и медиация. Стадии медиаторского процесса. Продолжительность медиаторских сессий. Медиация при решении управленческих проблем
6.	Публик рилейшнз о кризисных ситуациях	Кризисы. Типология кризисов. Планирование и управление проблемами как способ предотвращения кризисных ситуаций. Информирование о рисках. Управление в условиях кризиса. Модель антикризисного управления. Коммуникация в кризисных ситуациях. Борьба со слухами. Информационные и психологические войны.

## 2.2. Разделы дисциплины, виды учебной деятельности и формы контроля

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела дисциплины	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестрам)
			Л	ЛР	ПЗ/С	СРС	всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
6	1	История возникновения и развития научной и практической деятельности «Связь с общественностью»	4		4	10	18	Подготовка к практической работе: Подготовка домашнего задания 1-2 неделя Чтение дополнительной литературы 1-2 недели
6	2	Подразделение публик рилейшнз в функциональной структуре организации	2		6	10	18	Подготовка к практической работе: Подготовка домашнего задания 3-5 неделя Чтение дополнительной литературы 3-5 недели
	3	Общественность и общественное мнение в сфере публик рилейшнз	2		4	10	16	Подготовка к практической работе: Подготовка домашнего задания 6-8 неделя Чтение дополнительной литературы 6-8 недели
	4	Коммуникация и имидж в сфере связей с общественностью	2		6	10	18	Подготовка к практической работе: Подготовка домашнего задания 9-11 неделя Чтение дополнительной литературы 9-11 недели Написание

							реферата 9-11
5	Управление процессом связями с общественностью. Процедурные технологии паблик рилейшнз: фасилитация и медиация	2		6	10	18	Подготовка к практической работе: Подготовка домашнего задания 12-14 неделя Чтение дополнительной литературы 12-14 недели Написание рефератов
6	Паблик рилейшнз о кризисных ситуациях	4		6	10	20	Подготовка к практической работе: Подготовка домашнего задания 14-16 неделя Чтение дополнительной литературы 14-16 недели
	Разделы дисциплины	-	-	-			ПрАт
	ИТОГО за семестр	16		32	60	108	зачет

2.3. Лабораторный практикум: «не предусмотрен»

2.4. Примерная тематика курсовых работ: «не предусмотрены»

### 3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

#### 3.1. Виды СРС

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Виды СРС	Всего часов
1	2	3	4	5
6	1.	История возникновения и развития научной и практической деятельности «Связь с общественностью»	Подготовка к практическому занятию	3
			Чтение дополнительной литературы	3
			Подготовка к зачету	3
	Отбор материала к реферату	1		
2.	Подразделение паблик рилейшнз в функциональной структуре организации	Подготовка к практическому занятию	3	
		Чтение дополнительной литературы	3	
		Подготовка к зачету	3	
			Отбор материала к реферату	1

	3.	Общественность и общественное мнение в сфере публичных отношений	Подготовка к практическому занятию Чтение дополнительной литературы Подготовка к зачету Оформление реферата	3 3 3 1
	4.	Коммуникация и имидж в сфере связей с общественностью	Подготовка к практическому занятию Чтение дополнительной литературы Подготовка к зачету реферат	3 3 3 1
	5.	Управление процессом связями с общественностью. Процедурные технологии публичных отношений: фасилитация и медиация	Подготовка к практическому занятию Чтение дополнительной литературы Подготовка к зачету реферат	3 3 3 1
	6	Публичных отношений о кризисных ситуациях	Подготовка к практическому занятию Чтение дополнительной литературы Подготовка к зачету реферат	3 3 3 1
ИТОГО:				60

### 3.2. График работы студента

Семестр № \_\_\_ 6 \_\_\_

Форма оценочного средства	Условное обозначение	Номер недели																			
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16			
Работа на практическом занятии	ИДЗ		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+				
Реферат	Реф		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+				

### 3.3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа студентов — один из важнейших аспектов обучения.

Во время самостоятельной работы студент знакомится с материалами, лекций, практических занятий, пишет реферат, при этом изучая дополнительную литературу по той узкой теме, которая им выбрана. Перед работой с научными трудами (монографиями и статьями) следует ознакомиться с программой, которая предоставляет студенту основные положения читаемого курса. При изучении дисциплины необходимо обратить внимание на тщательное фиксирование лекций, внимательно ознакомиться с историей возникновения Связи с общественностью как научного знания, потому что многие приемы и методы, которые используются в настоящее время, были сформулированы в процессе развития научной составляющей науки и учебной дисциплины. Также стоит внимательно изучить взаимосвязь рекламы, журналистики и PR с целью использования в профессиональной деятельности. В процессе обучения предполагается создание собственного PR — проекта. В процессе лекционных занятий необходимо фиксировать материал, на практических занятиях следует, используя самостоятельно подготовленный материал, отвечать на вопросы, выступать с сообщениями, также предполагается конспектирование дополнительной литературы как материала для ответа на контрольные вопросы. Знакомство с предметом продолжается исследованием научных трудов, представленных в списке

основной и дополнительной литературы. Наряду с указанными источниками необходимо постоянно изучать PR-кампании в истории и современности.

### 3.3.1. Контрольные работы/рефераты

Цель написания реферата – сформировать навыки по поиску, отбору, анализу и формулированию материала. Написание реферата должно быть творческим – нужно не переписывать текст из источников, а пытаться кратко излагать своими словами прочитанное содержание. При работе над рефератом обязательно выявляются и отмечаются трудные для самостоятельного осмысления вопросы, с которыми уместно обратиться к преподавателю.

При чтении и реферировании учебной и научной литературы необходимо следить за точным и полным пониманием значения терминов и содержания понятий, используемых в тексте, уточнять значения по словарям или энциклопедиям, при необходимости записывать.

При написании реферата обязательно указывать все прорабатываемые источники (автор, название работы, год и место издания, с указанием использованных страниц).

#### 4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (см. Фонд оценочных средств)

#### 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 5.1. Основная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, вид издания, место издания и издательство, год	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
				В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6
1	Гундарин, Михаил Вячеславович. Теория и практика связей с общественностью: основы медиарилейшнз [Текст] : учебное пособие / М. В. Гундарин. - М. : Форум: ИНФРА-М, 2007. - 336 с. - (Высшее образование). - Рек. Ин-т коммуник. менеджмента ГУ - ВШЭ. - ISBN 978-5-91134-150-3. - ISBN 978-5-16-003152-1 : 102-90.	1-6	6	18	-
2	Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 337 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9890-0. <a href="https://www.biblio-online.ru/book/6450F6BE-CE23-4946-8078-93121F0C851D">https://www.biblio-online.ru/book/6450F6BE-CE23-4946-8078-93121F0C851D</a> (02.12.2017)	1-6	6	ЭБС	-
3	Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 231 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02871-3. <a href="https://www.biblio-online.ru/book/463D79D1-24A2-40AE-8D02-BC0595D90A1D">https://www.biblio-online.ru/book/463D79D1-24A2-40AE-8D02-BC0595D90A1D</a> (02.12.2017)	1-6	6	ЭБС	-

##### 5.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, вид издания, место издания и издательство, год	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
				В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6
1	Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 552 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3181-5.	1-6	6	ЭБС	-



	<a href="https://www.biblionline.ru/book/C22451DB-704D-4373-87DC-32CA2CE273BF">https://www.biblionline.ru/book/C22451DB-704D-4373-87DC-32CA2CE273BF</a> (02.12.2017)				
2	Почакаев, Р. Ю. История связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / Р. Ю. Почакаев. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 223 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс. Модуль.). — ISBN 978-5-534-04832-2. <a href="https://www.biblionline.ru/book/7AA929FE-5967-4DE2-8103-EF8E8C4DC51B">https://www.biblionline.ru/book/7AA929FE-5967-4DE2-8103-EF8E8C4DC51B</a> (02.12.2017)	1-6	6	ЭБС	-
3	Козлова, В.А. Реклама в туризме : учебно-методическое пособие / В.А. Козлова ; Межрегиональная Академия безопасности и выживания. - Орел : МАБИВ, 2014. - 126 с. : табл., ил. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=428609">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=428609</a> (03.12.2017).	1-6	6	ЭБС	-
4	Еремеев, А.Ю. Методическое обеспечение разработки нового турпродукта / А.Ю. Еремеев. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 122 с. - ISBN 978-5-504-00620-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=140733">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=140733</a> (03.12.2017).	1-6	6	ЭБС	-
5	Особенности делового этикета в туристической индустрии : учебно-методическое пособие / Сибирский государственный университет физической культуры и спорта ; сост. Н.А. Лукьянова. - Омск : Издательство СибГУФК, 2013. - 72 с. : табл. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=277329">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=277329</a> (03.12.2017).	1-6	6	ЭБС	-

### 5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. Сайт «Университетская библиотека Online» - URL: <http://www.biblioclub.ru/> (дата обращения 18.11.2017)
2. Сайт электронной библиотеки диссертаций Российской государственной библиотеки. URL: <http://www.rsl.ru/> (дата обращения 18.11.2017)
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. — URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp> (дата обращения 18.11.2017)
4. Сайт научной библиотеки РГУ им. С.А. Есенина . — URL: <http://library.rsu.edu.ru> (дата обращения 18.11.2017)

5. Электронно-библиотечная система «Юрайт» <https://www.biblio-online.ru/> (дата обращения 18.11.2017)
6. Академия Google – поисковая система, разработанная специально для студентов, ученых и исследователей, предназначена для поиска информации в онлайн-овых академических журналах и материалах, прошедших экспертную оценку <https://scholar.google.ru/> (дата обращения 18.11.2017)
7. Электронно-библиотечная система «Издательство «Лань». – URL: <http://e.lanbook.com> (дата обращения 18.11.2017)
8. Российское образование – федеральный портал, где представлены нормативные документы, государственные образовательные стандарты, публикации - <http://www.edu.ru/> (дата обращения 18.11.2017)

#### **5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины**

1. Энциклопедия экономиста. Маркетинг. **PR – программа** <http://www.grandars.ru/> (дата обращения 24.11.2017)
2. И.М. Калякина. Связь с общественностью. [gimu.tti.sfedu.ru](http://gimu.tti.sfedu.ru) (дата обращения 24.11.2017)

### **6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

6.1. Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий: стандартно оборудованные лекционные аудитории для проведения интерактивных лекций: видеопроектор, экран настенный, ноутбук с дисководом, колонки.

6.2. Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся: видеопроектор, ноутбук с установленными программами MS Office, Word, Excel, PowerPoint переносной экран, колонки.

### **7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ для ФГОС ВПО**

### **8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы,

	формулировки, обобщения; пометать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям (перечисление понятий) и др.
Практические занятия	Проработка рабочей программы дисциплины, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с материалом.
Реферат	Поиск литературы и составление библиографии, использование от 3 до 5 научных работ, изложение мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу; изложение основных аспектов проблемы. Ознакомиться со структурой и оформлением реферата.

## 9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

1. Использование слайд-презентаций при проведении лекционных и практических занятий.
2. Проверка заданий и рефератов посредством электронной почты.

## 10. Требования к программному обеспечению учебного процесса

№ п/п	Наименование учебной дисциплины	Наименование программы	Тип программы			Автор	Вид лицензии Платное/свободно распространяемое
			Расчетная	Обучающая	Контролирующая		
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Связи с общественностью	Open Office 4.1.4 и 2017 и выше		Оформление рефератов		Apache Foundation	свободно распространяемое
		Libre Office 2010 и выше		Оформление рефератов		The Document Foundation	свободно распространяемое

**Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

***Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине для промежуточного контроля успеваемости***

п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции) или её части)	Наименование оценочного средства
1.	История возникновения и развития научной и практической деятельности «Связь с общественностью»	ОК 4	зачет
2.	Подразделение публик рилейшнз в функциональной структуре организации	ОК 4 ОПК 3	зачет
3	Общественность и общественное мнение в сфере публик рилейшнз	ОПК 3 ПК 3	зачет
4	Коммуникация и имидж в сфере связей с общественностью	ПК4	зачет
5	Управление процессом связями с общественностью. Процедурные технологии публик рилейшнз: фасилитация и медиация	ОК 4 ОПК 3	зачет
6	Публик рилейшнз о кризисных ситуациях	ОПК 3	Зачет

**ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Индекс компетенции	Содержание компетенции	Элементы компетенции	Индекс элемента
ОК 4	Способность работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	<b>знать</b>	
		1 Историю возникновения и развития научной и практической деятельности «Связь с общественностью»	ОК4 31
		2. Работу подразделений PR с учетом социальных, этнических и конфессиональных различий	ОК4 32
		<b>уметь</b>	
		Использовать уже имеющиеся приемы и методы PR компаний в собственной профессиональной	ОК4 У1

		деятельности	
		создавать PR-кампании учитывая основные социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	ОК4 У2
		<b>владеть</b>	
		сведениями о структуре PR в туристическом бизнесе навыками внедрения сложившихся традиционных методов в собственной профессиональной деятельности	ОК4 В1
		2.Приемами создания оригинальных методов PR компаний с учетом регионального и временного компонента, социальных, этнических и конфессиональных различий	ОК4 В2
ОПК 3	Способность организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов	<b>знать</b>	
		Процедурные особенности PR в контексте процесса обслуживания потребителей и (или) туристов;	ОПК3 31
		2.принципы работы PR в кризисной ситуации	ОПК3 32
		<b>уметь</b>	
		1 работать в процессе кризисной ситуации;	ОПК3У1
		2совершенствовать процедурные технологии в зависимости от работы с потребителями и (или) туристами	ОПК3У2
		<b>владеть</b>	
		1 навыками работы в кризисной ситуации;	ОПК3 В1
		2.Приемами организации процесса обслуживания потребителей и (или) туристами	ОПК3 В2

ПК 4	Способность организовывать работу исполнителей, принимать решение в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства		
		знать	
		1. Принципы взаимодействия руководства PR и исполнителей в процессе взаимодействия коммуникации PR	ПК4 31
		2. способами создания имиджа с учетом социальной политики государства	ПК4 32
		уметь	
		1. формировать благоприятную среду для развития PR сегмента с использованием принципов и законов коммуникации;	ПК4 У1
		2. создавать положительный имидж бизнеса как следствие PR кампании в туристской деятельности	ПК4 У2
		владеть	
		1. Приемами налаживания коммуникации с исполнителями,	ПК4 В1
		способами создания положительного имиджа.	ПК4 В2

### КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ЗАЧЕТ)

№	*Содержание оценочного средства	Индекс оцениваемой компетенции и ее элементов
1	Истоки и история науки связей с общественностью	ОК4 31 У1 В1
2	Определение понятия публик рилейнз.	ОК4 31 У1 В1
3	PR и близкая к ним деятельность (пресс-	ОК4 31 У1 В1

	посредничество, продвижение (промоушн), общественные дела	
4	Организационная структура и обязанности PR-менов.	ОК4 32 У2 В2
5	Субординация и организационные схемы PR-подразделения.	ОК4 32 У2 В2
6	Понятие общественности. Определение целевых групп общественности.	ОК4 32 У2 В2
7	Общественность и ее мнения. Суть общественного мнения.	ОПК 3 31 У 1 В 1
8	Изучение общественного мнения.	ОПК 3 31 У 1 В 1
9	Борьба за внимание общественности. Влияние на общественное мнение.	ОПК 3 31 У 1 В 1
10	Процесс коммуникации и его элементы.	ПК 31 У1 В 1
11	Роль исследования и планирования стратегии PR.	ОПК 3 31 У 1 В 1
12	Проблемы в сфере PR и пути их определения. Формулировка проблемы. Анализ ситуации.	ОПК 3 31 У 1 В 1
13	PR и стратегичность мышления.	ПК 4 32 У2
14	Общественность и имидж организации.	ПК 4 32 У 2 В 2
15	Управление проблемами с целью предотвращения кризисных ситуаций.	ПК 4 32 У 2 В 2
16	Управление в условиях кризиса.	ПК 4 32 У 2 В 2
17	Основные этапы процесса стратегического планирования в PR.	ПК 4 32 У2
18	Уровни коммуникации. Особенности коммуникации.	ПК 31 У1 В 1
19	Вопросы этики PR.	ОПК 3 31 У 1 В 1
20	Типы исследования общественного мнения.	ОПК 3 31 У 1 В 1
21	Установки и стереотипы в общественном мнении. Влияние на установки.	ОПК 3 31 У 1 В 1
22	Приоритетные группы общественности.	ОК4 32 У2 В2
23	паблисити, реклама. реализации программы.	ОК4 31 У1 В1
24	PR – реклама имиджа.	ПК 4 32 У 2 В 2
25	Процедурные технологии паблик рилейшнз: фасилитация и медиация	ПК 4 32 У 2 В 2

## ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ (Шкала оценивания)

Результаты выполнения обучающимся заданий на зачете оцениваются по шкале «зачтено» - «не зачтено».

**«Зачтено»** – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач. Если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос или выполнении заданий, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения. Оценка может соответствовать пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, демонстрирует недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.

**«Не зачтено»** - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.