


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: заочная

Сроки освоения ОПОП: 4 года 6 месяцев - 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<br>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»<br>Работу подразделений PR с учетом социальных, этнических и конфессиональных различий | Использовать уже имеющиеся приемы и методы PR компаний в собственной профессиональной деятельности<br>Создавать PR-кампании учитывая основные социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия | сведениями о структуре PR в туристическом бизнесе<br>навыками внедрения сложившихся традиционных методов в собственной профессиональной деятельности<br>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;<br>совершенствовать процедурные технологии в   | навыками работы в кризисной ситуации;<br>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><br/>Историю возникновения и развития научной и практической деятельности «Связь с общественностью»<br/>Работу подразделений PR, с учетом социальных, этнических и конфессиональных различий</p> <p><b><u>Уметь</u></b><br/>Использовать уже имеющиеся приемы и методы PR компаний в собственной профессиональной деятельности<br/>Создавать PR-кампании учитывая основные социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p> <p><b><u>Владеть</u></b><br/>сведениями о структуре PR в туристическом бизнесе<br/>навыками внедрения сложившихся традиционных</p> | Лекции, практические занятия, самостоятельная работа с источниками информации | Отчет по практической работе, Реферат, Зачет | <p><b>ПОРОГОВЫЙ</b><br/>Хорошо знает теоретические основы Связей с общественностью</p> <p><b>ПОВЫШЕННЫЙ</b><br/>Умеет уверенно применять полученные знания на практике, создавая оригинальные модели кампаний с учетом социальных, этнических и конфессиональных различий</p> |

|                                   |   |  |   |  |   |
|-----------------------------------|---|--|---|--|---|
|                                   |   | методов в<br>собственной<br>профессиональной<br>деятельности<br>Приемами создания<br>оригинальных<br>методов PR компаний<br>с учетом<br>регионального и<br>временного<br>компонента,<br>социальных,<br>этнических и<br>конфессиональных<br>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>Знать</b><br>Процедурные особенности PR в контексте процесса обслуживания потребителей и (или) туристов; принципы работы PR в кризисной ситуации<br><b>Уметь</b><br>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><br>Демонстрирует способность под руководством организовать процесс обслуживания, используя уже отработанные приемы и методы Связи с общественностью<br><br><b>ПОВЫШЕННЫЙ</b><br>Демонстрирует способность на более высоком уровне организовывать процесс, используя оригинальную методику, учитывающую региональный аспект |

|                              |   |   |   |  |   |
|------------------------------|---|---|---|--|---|
|                              |   | потребителями и (или) туристами<br><b>Владеть</b><br>навыками работы в кризисной ситуации;<br>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<br><u>Уметь</u><br>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><br>Демонстрирует способность под руководством организовать работу исполнителей в туристской деятельности<br><br><b>ПОВЫШЕННЫЙ</b><br>Демонстрирует способность на более высоком уровне организовать работу исполнителей, принимать решение, учитывать социокультурный курс государства |

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



## ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

### 1. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

| Вид учебной работы   |             | Всего часов | 9 Семестр |
|--|-------------|-------------|-----------|
| 1  |             | 2           |           |
| 1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего) |             | 14          | 14        |
| В том числе:   |             |             |           |
| Лекции (Л)   |             | 6           | 6         |
| Практические занятия (ПЗ), Семинары (С)  |             | 8           | 8         |
| Лабораторные работы (ЛР)   |             |             |           |
| 2. Самостоятельная работа студента (всего)   |             | 60          | 90        |
| В том числе  |             |             |           |
| <i>СРС в семестре:</i>   |             |             |           |
| Курсовая работа  | КП          |             |           |
|  | КР          |             |           |
| Другие виды СРС:   |             | -           |           |
| Подготовка к практическим занятиям   |             | 18          | 18        |
| Написание реферата   |             | 36          | 36        |
| Чтение дополнительной литературы   |             | 18          | 18        |
| Подготовка к зачету  |             | 18          | 18        |
| <i>СРС в период сессии</i>   |             | 4           | 4         |
| Вид промежуточной аттестации   | зачет (З),  | зачет       | 3         |
|  | 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  |
| 9          | 1.        | История возникновения и развития научной и практической деятельности «Связь с общественностью» | История появления и развития связей с общественностью.<br>Место в повседневной жизни.<br>Определение понятия связей с общественностью.<br>Принципы и функции связей с общественностью.<br>Связи с общественностью и близкая к ним деятельность (пресс-посредничество, продвижение (промоушн), общественные дела, паблисити, реклама, маркетинг, торговля).<br>Требования к личным качествам специалистов по связям с |

|    |  |   |
|----|--|---|
|    |  | общественностью.  |
| 2. | Подразделение публичных отношений 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 публичных отношений   | 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 публичных отношений. 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 публичных отношений. Объекты формирования имиджа. Методы формирования имиджа. Передача сообщения при помощи имиджа. |
| 5. | Управление процессом связями с общественностью. Процедурные технологии публичных отношений: фасилитация и медиация | Теория управления публичными отношениями. 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. | Публичные отношения 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) |    |      |     |       |     |
|------------|-----------|--|---|----|------|-----|-------|-----|
|            |           |  | Л   | ЛР | ПЗ/С | СРС | всего |     |
| 1          | 2         | 3  | 4   | 5  | 6    | 7   | 8     |     |
| 9          | 1         | История возникновения и развития научной и практической деятельности «Связь с общественностью»                 | 1   |    | 1    | 15  | 17    |     |
| 9          | 2         | Подразделение публик рилейшнз в функциональной структуре организации   | 1   |    | 1    | 15  | 17    |     |
|            | 3         | Общественность и общественное мнение в сфере публик рилейшнз   | 1   |    | 1    | 15  | 17    |     |
|            | 4         | Коммуникация и имидж в сфере связей с общественностью  | 1   |    | 1    | 15  | 17    |     |
|            | 5         | Управление процессом связями с общественностью. Процедурные технологии публик рилейшнз: фасилитация и медиация | 1   |    | 2    | 15  | 17    |     |
|            | 6         | Паблик рилейшнз о кризисных ситуациях  | 1   |    | 2    | 15  | 17    |     |
|            |           | зачет  |   | -  | -    | -   | -     | 4   |
|            |           | ИТОГО за семестр с зачетом   |   | 6  |      | 8   | 90    | 108 |

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           |
| 9                                | 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         | 6           |
|                                  | 2.   | Подразделение публичных отношений в функциональной структуре организации                       | Подготовка к практическому занятию | 3           |
|                                  |  |  | Чтение дополнительной литературы   | 3           |
|                                  | 3.   | Общественность и общественное мнение в сфере публичных отношений                               | Подготовка к практическому занятию | 3           |
| Чтение дополнительной литературы |  |  | 3                                  |             |
| 4.                               | Коммуникация и имидж в сфере связей с общественностью  | Подготовка к практическому занятию   | 3                                  |             |
|                                  |  | Чтение дополнительной литературы   | 3                                  |             |
| 5.                               | Управление процессом связями с общественностью. Процедурные технологии публичных отношений: фасилитация и медиация | Подготовка к практическому занятию   | 3                                  |             |
|                                  |  | Чтение дополнительной литературы   | 3                                  |             |
| 6.                               | Публичные отношения о кризисных ситуациях  | Подготовка к практическому занятию   | 3                                  |             |
|                                  |  | Чтение дополнительной литературы   | 3                                  |             |
| Подготовка к зачету реферат      |  |  |                                    | 6           |
| ИТОГО:                           |  |  |                                    | 90          |

### 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. <a href="https://www.biblio-online.ru/book/C22451DB-704D-4373-87DC-32CA2CE273BF">https://www.biblio-online.ru/book/C22451DB-704D-4373-87DC-32CA2CE273BF</a> (02.12.2017) | 1-6                                | 6       | ЭБС                    | -          |

|   |  |     |   |     |   |
|---|--|-----|---|-----|---|
| 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.biblio-online.ru/book/7AA929FE-5967-4DE2-8103-EF8E8C4DC51B">https://www.biblio-online.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 туриндустрии : 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; помечать 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<br>Платное/свободно<br>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                            |

## Приложение 1

### 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   | ОК4 У1          |

|       |   |   |         |
|-------|---|---|---------|
|       |   | компаний в собственной профессиональной 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  | ОПК3 В2 |

|      |   |  |        |
|------|---|--|--------|
|      |   | потребителей и (или) туристами   |        |
| 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)**

| <b>№</b> | <b>*Содержание оценочного средства</b>          | <b>Индекс оцениваемой компетенции и ее элементов</b> |
|----------|---|--|
| 1        | Истоки и история науки связей с общественностью | ОК4 31 У1 В1   |
| 2        | Определение понятия публик рилейшнз.            | ОК4 31 У1 В1   |

|    |  |                  |
|----|--|------------------|
| 3  | PR и близкая к ним деятельность (пресс-посредничество, продвижение (промоушн), общественные дела | ОК4 31 У1 В1     |
| 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  |

## 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.