

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

Утверждаю:
Декан естественно-географического
факультета



С.В. Жеглов
«30» августа 2018 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, 2018

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><u>Знать</u> Историю возникновения и развития научной и практической деятельности «Связь с общественностью» Работу подразделений PR, с учетом социальных, этнических и конфессиональных различий</p> <p><u>Уметь</u> 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><u>Владеть</u> 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>ПОРОГОВЫЙ Хорошо знает теоретические основы Связей с общественностью</p> <p>ПОВЫШЕННЫЙ 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	<u>Знать</u> Процедурные особенности PR в контексте процесса обслуживания потребителей и (или) туристов; принципы работы PR в кризисной ситуации <u>Уметь</u> 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	ПОРОГОВЫЙ Демонстрирует способность под руководством организовать процесс обслуживания, используя уже отработанные приемы и методы Связи с общественностью ПОВЫШЕННЫЙ Демонстрирует способность на более высоком уровне организовывать процесс, используя оригинальную методику, учитывающую региональный аспект

		потребителями и (или) туристами Владеть 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	ПОРОГОВЫЙ Демонстрирует способность под руководством организовать работу исполнителей в туристской деятельности ПОВЫШЕННЫЙ 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 релейшнз 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 релейшнз	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. https://www.biblio-online.ru/book/6450F6BE-CE23-4946-8078-93121F0C851D (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. https://www.biblio-online.ru/book/463D79D1-24A2-40AE-8D02-BC0595D90A1D (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	-

	https://www.biblionline.ru/book/C22451DB-704D-4373-87DC-32CA2CE273BF (02.12.2017)				
2	Почекаев, Р. Ю. История связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / Р. Ю. Почекаев. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 223 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс. Модуль.). — ISBN 978-5-534-04832-2. https://www.biblionline.ru/book/7AA929FE-5967-4DE2-8103-EF8E8C4DC51B (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: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428609 (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: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140733 (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: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277329 (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 (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
Перечень информационных технологий (лицензионное программное обеспечение, информационно-справочные системы)**

Название ПО	№ лицензии
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	договор №14/03/2018-0142от 30/03/2018г
Офисное приложение Libre Office	свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	свободно распространяемая
Браузер изображений Fast Stone ImageViewer	свободно распространяемая
PDF ридер Foxit Reader	свободно распространяемая
Медиа проигрыватель VLC media player	свободно распространяемая

Запись дисков Image Burn	свободно распространяемая
DJVU браузер DjVuBrowser Plug-in	свободно распространяемая

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 паблик рилейшнз в функциональной структуре организации	ОК 4 ОПК 3	зачет
3	Общественность и общественное мнение в сфере паблик 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 паблик рилейшнз: фасилитация и медиация	ОК 4 ОПК 3	зачет
6	Паблик 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	знать	
		1. Историю возникновения и развития научной и практической деятельности «Связь с общественностью»	ОК4 31
		2. Работу подразделений PR с	ОК4 32

		учетом социальных, этнических и конфессиональных различий	
		уметь	
		Использовать уже имеющиеся приемы и методы PR компаний в собственной профессиональной деятельности	ОК4 У1
		создавать PR-кампании учитывая основные социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	ОК4 У2
		владеть	
		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	знать	
		Процедурные особенности PR в контексте процесса обслуживания потребителей и (или) туристов;	ОПК3 31
		2. принципы работы PR в кризисной ситуации	ОПК3 32
		уметь	
		1 работать в процессе кризисной ситуации;	ОПК3У1
		2 совершенствовать процедурные технологии в зависимости от работы с потребителями и (или) туристами	ОПК3У2
		владеть	

		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	
		1формировать благоприятную среду для развития PR сегмента с использованием принципов и законов коммуникации;	ПК4 У1
		2создавать 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 публич рилейнз.	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
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.