МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной и методической работе
_____/Шубаева В.Г./
«20» июня 20 18 г.

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки	43.03.02 Туризм
Направленность (профиль) программы	Организация и управление в индустрии туризма
Уровень высшего образования	бакалавриат
Форма обучения	очная

Составитель:
_____/ к.э.н., доцент Волошинова М.В.

Санкт-Петербург
2018

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ.....3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....3
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....3
4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ.....4
5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ.....5
6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА.....6
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ.....6
7.1 Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины….6
7.2 Организация самостоятельной работы.....7
8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.....8
9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....9
9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....9
9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса.....10
10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ.....11
11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины: сформировать у студентов представление о теоретических основах связи с общественностью как управленческой деятельности, ознакомить слушателей с технологией планирования, подготовки и проведения ПР – кампании как средства достижения целей организации.

Задачи:

- получение теоретических знаний о предмете, структуре и основных функциях общественных отношений;
- приобретение навыков практического использования полученных знаний в сфере социально-культурного сервиса и туризма;
- приобретение теоретических знаний и практических навыков в области разработки и реализации ПР-кампаний;

раскрытие механизмов взаимодействия с целевыми аудиториями в различных организационных средах - государственном секторе, различных отраслях социальной сферы, некоммерческих структурах, политических партиях.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В.ДВ «Связи с общественностью» является дисциплиной по выбору блока 1 вариативной части и является обязательной для обучающимся после выбора.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции выпускника	Этапы формирования компетенций	Планируемые результаты обучения/индикаторы достижения компетенций (показатели освоения компетенции)
ПК-4 – способностью организовывать работу исполнителей, принимать решение в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства	Третий уровень (продвинутый) (ПК-4) –3	**Декомпозиция I** **Знать:** теоретические основы и особенности организации связей с общественностью в сфере туризма на различных уровня в в т.ч. с учетом оценки геополитических рисков и социальной политики государства; механизм взаимодействия с целевыми аудиториями в различных организационных средах - государственном секторе, различных отраслях социальной сферы, некоммерческих структурах, политических партиях; стандартные управленческие решения в области связей с общественностью, принимаемые в деятельности предприятия индустрии турима с учетом социальной политики государства.З3 (I) (ПК-4) **Уметь:** использовать теоретические знания об основах и особенностях организации; связей с общественностью в сфере туризма при анализе конкретных практических ситуаций с учетом оценки геополитических рисков и социальной политики государства; организовывать

		работу исполнителей предприятия индустрии туризма по связям с общественностью с учетом оценки геополитических рисков и социальной политики государства; предлагать и обосновывать управленческие решения на уровне предприятия туристской индустрии в области связей с общественностью с учетом оценки геополитических рисков развития туризма, в том числе учитывая социальную политику государства. У3 (I) (ПК-4) **Владеть:** навыками в области разработки и реализации PR-кампаний; навыками организации работы PR- подразделения для реализации PR-кампании. В 3 (I) (ПК-4)
ПК-8 готовностью к применению прикладных методов исследовательской деятельности в туризме	Третий уровень (продвинутый) **(ПК-8) –3**	**Декомпозиция II** **Знать:** прикладные методы разработки PR-кампаний и оценки геополитических рисков развития туризма. З3 (II) (ПК-8) **Уметь:** использовать прикладные методы исследования в области связей с общественностью и оценкой геополитических рисков развития туризма. У3 (II) (ПК-8) **Владеть:** навыками применения прикладных методов исследования в области связей с общественностью в сфере туризма. В3 (II) (ПК-8)

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часа.

Форма промежуточной аттестации: *зачет – 7 семестр.*

Распределение фонда времени по темам дисциплины по очной форме обучения представлено в таблице 4.1

Таблица 4.1 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

Номер и наименование тем *и/или разделов/тем*	Объем дисциплины (ак. часы)			
	Контактная работа			СРО
	ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
1	*2*	*3*	*4*	*5*
Тема 1. Содержание и значение ПР	2	2		8
Тема 2. Средства и методы ПР	2	1		8
Тема 3. ПР в системе взаимодействия со СМИ	2	1		8
Тема 4. ПР в системе взаимодействия с местным и профессиональными сообществами и структурами государственного управления.	2	2		8
Тема 5. ПР в системе управления взаимоотношениями с потребителями.		2		8
Тема 6. Особенности корпоративного и внутрикорпоративного ПР.	2	2		8

Тема 7. Система имиджмейкинга.	2	2		8
Тема 8. ПР и технология управления кризисными ситуациями.	2	2		6
Тема 9. Управление ПР – деятельностью. Технология планирования и организации ПР – деятельности	4	2		10
Всего по дисциплине:	**20**	**16**		**72**

*ЗЛТ – занятия лекционного типа, ПЗ – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторных работ, ЛР – лабораторные работы, СРО – самостоятельная работа обучающегося

5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Сущность и особенности связей с общественностью

Тема 1. Содержание и значение ПР

Место дисциплины в системе подготовки специалистов в области туризма. Связь курса с другими дисциплинами. История развития паблик рилейшнз (ПР) как области знаний и сферы деятельности. Предмет, структура, основные функции общественных отношений (PR). Понятие, определение и сущность ПР, их особенности в деловой, политической, академической и др. среде. Связи с общественностью (СО) как функция менеджмента. Общественное мнение и СО. Понятие общественности, определение целевых групп общественности. Изучение общественного мнения. Влияние на общественное мнение. ПР и маркетинг. Информационные процессы в обществе и управлении. Маркетинговые коммуникации. Коммуникационная среда предприятия, ее организация, виды коммуникаций. Реляционные и информационные типы сообщений в управленческих коммуникациях.

Тема 2. Средства и методы ПР.

Четыре основных этапа кругового процесса «паблик рилейшнз»: исследование проблемы и постановка целей, разработка стратегии и тактики ПР-программы, реализация программы по приоритетам, оценка эффективности и внесение корректировок. Средства массовой коммуникации (СМК), их классификация и назначение. Преимущества и недостатки каждого вида СМК с точки зрения ПР. ПР и Интернет. PR и средства массовой информации; средства взаимодействия; общественное мнение как структурный элемент PR. Основные организационные формы PR и практические мероприятия PR.

Раздел 2. ПР в системе взаимодействия с целевыми аудиториями

Тема 3. ПР в системе взаимодействия со СМИ

Массовые коммуникации и СМИ. Взаимодействие с различными видами массмедиа и «Интернет». Основные жанры журналистики и PR.

Тема 4. ПР в системе взаимодействия с местным и профессиональными сообществами и структурами государственного управления.

Коммуникации в организациях; PR в политике; PR в бизнесе ПР в системе государственного управления. ПР в системе взаимоотношений с территориальными органами власти. ПР и местное сообщество. Лоббирование. ПР в системе отношений с инвесторами. Организация программ и кампаний ПР в мезосреде фирмы.

Тема 5. ПР в системе управления взаимоотношениями с потребителями.

ПР – поддержка маркетинга. ПР в системе продвижения товаров и услуг.

Тема 6. Особенности корпоративного и внутрикорпоративного ПР.

Целевые функции ПР на внутрикорпоративном рынке. Деловая и внутрикорпоративная культура компании как элемент корпоративного имиджа. Модели принятия решений в процессе переговоров. Стратегия и миссия организации.

Раздел 3. ПР технологии

Тема 7. Система имиджмейкинга.

Макросреда фирмы: цели и задачи. Макроимидж фирмы. Цели, задачи, способы

формирования. Система ньюсмейкинга. Механизмы продвижения социально значимого информационного образа. Формирование имиджа организации, руководителя и сотрудников.

Тема 8. ПР и технология управления кризисными ситуациями.

Управление и коммуникации в кризисных ситуациях. Особенности формирования общественного мнения в условиях информационного конфликта. Технология управления конфликтами посредством ПР-методик.

Тема 9. Управление ПР – деятельностью. Технология планирования и организации ПР – деятельности

Стратегическое ПР-планирование: концепция, цели, задачи и содержание публичной политики. Организационное построение структур в ПР. Программа ПР. Планирование ПР-кампании. Бюджет ПР-кампании. Оценка эффективности ПР – деятельности. Информационная политика РФ - проблемы и тенденции развития; правовые основы PR.

6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА

Таблица 6.1 – Практические занятия/ Семинарские занятия / Лабораторные работы

№ темы	Тема занятия	Вид занятия / Оценочное средство
1	*2*	*3*
1	Соотношение понятий «реклама», «маркетинг», «паблик рилейшнз».	СЗ: Тематическая дискуссия
1	Особенности организации связей с общественностью в сфере туризма на различных уровня в в т.ч. с учетом оценки геополитических рисков и социальной политики государства	СЗ: Тематическая дискуссия
2	Круговой процесс связей с общественностью (АПКО). Первый этап – анализ.	ПЗ: Решение практических задач
2	Анализ: полевые методы исследований.	ПЗ: Решение практических задач
2	Круговой процесс связей с общественностью (АПКО). Второй этап – планирование.	ПЗ: Решение практических задач
3	Анализ пресс-релиза и бэкграундера.	ПЗ: Решение практических задач
3	Планирование: составление медиа-карты, определение приоритетных видов СМИ.	ПЗ: Решение практических задач
3	Материалы для прессы.	ПЗ: Деловая игра
4	Планирование: определение целевых групп общественности и постановка целей.	ПЗ: Тематическая дискуссия
4	Связи с общественностью в системе государственного управления сферы туризма	ПЗ: Тематическая дискуссия
5	Связи с общественностью в системе продвижения туристских услуг	ПЗ: Решение практических задач
6	Мероприятия внутрикорпоративного ПР	ПЗ: Деловая игра
7	Имидж и репутация в туризме	ПЗ: Деловая игра
8	ПР в кризисных ситуациях.	ПЗ: Решение практических задач
8	Разработка антикризисной ПР-программы.	СЗ: Решение практических задач
9	Стратегическое ПР- планирование в туризме	ПЗ: Решение практических задач
9	Презентация ПР-программ	ПЗ: Мультимедийная презентация

*ПЗ – практические занятия, СЗ – семинарские занятия, ЛР – лабораторные работы

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

7.1 Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины

Для формирования четкого представления об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине в самом начале учебного курса обучающийся должен ознакомиться с учебно-методической документацией:

– рабочей программой дисциплины: с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, перечнем знаний и умений, которыми в процессе освоения дисциплины должен владеть обучающийся,

– порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации;

– графиком консультаций преподавателей кафедры.

Систематическое выполнение учебной работы на занятиях лекционных и семинарских типов, а также выполнение самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину.

В процессе освоения дисциплины обучающимся следует:

– слушать, конспектировать излагаемый преподавателем материал;

– ставить, обсуждать актуальные проблемы курса, быть активным на занятиях;

– задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений;

– выполнять задания практических занятий полностью и установленные сроки.

При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то обратится к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.

Обучающимся, пропустившим занятия (независимо от причин), не имеющим письменного решения задач или не подготовившимся к данному занятию, рекомендуется не позже чем в 2 - недельный срок явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме.

7.2 Организация самостоятельной работы

Под самостоятельной работой обучающихся понимается планируемая работа обучающихся, направленная на формирование указанных компетенций, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, без его непосредственного участия.

Методическое обеспечение самостоятельной работы при наличии обучающихся лиц с ограниченными возможностями представляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Виды самостоятельной работы по дисциплине представлены в таблице 7.2.1.

Таблица 7.2.1 – Организация самостоятельной работы обучающегося

№ темы	Вид самостоятельной работы
1	*2*

№ темы	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к тематической дискуссии «Соотношение понятий «реклама», «маркетинг», «паблик рилейшнз».
1	Подготовка к тематической дискуссии «Особенности организации связей с общественностью в сфере туризма на различных уровня в в т.ч. с учетом оценки геополитических рисков и социальной политики государства»
2	Подготовка к тематической дискуссии «Круговой процесс связей с общественностью (АПКО). Первый этап – анализ.
2	подготовка к практическому занятию «Анализ: полевые методы исследований»
2	Подготовка к практическому занятию Круговой процесс связей с общественностью (АПКО). Второй этап – планирование.
3	Изучение материалов и подготовка к практическому занятию по теме «Анализ пресс-релиза и бэкграундера»
3	Подготовка к практическому занятию «Планирование: составление медиа-карты, определение приоритетных видов СМИ».
3	Подготовка к практическому занятию «Материалы для прессы.»
4	Подготовка к практическому занятию «Планирование: определение целевых групп общественности и постановка целей».
4	Связи с общественностью в системе государственного управления сферы туризма
5	Связи с общественностью в системе продвижения туристских услуг
6	Подготовка к практическому занятию «Мероприятия внутрикорпоративного ПР».
7	Подготовка к практическому занятию.»Имидж и репутация в туризме»
8	Подготовка к практическому занятию «ПР в кризисных ситуациях».
8	Подготовка к практическому занятию «Разработка антикризисной ПР-программы».
9	Подготовка к практическому занятию «Стратегическое ПР- планирование в туризме».
9	Подготовка к практическому занятию Презентация ПР-программ, подготовка мультимедийной презентации
1-9	*Выполнение заданий, входящих в контрольные мероприятия БРС:* Выполнение контрольной точки № 1 « Мультимедийная презентация 1» Подготовка к контрольной точке № 2 – Мультимедийная презентация 2

Каждый вид СРО, указанный в таблице 7.2.1 обеспечен методическими материалами.

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «*Связи с общественностью*» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- проблемная лекция (тема № 1, 2, 3, 5, 7, 8, 9);
- решение практических задач (тема № 6, 7, 8)
- деловая игра (тема № 3, 4, 5)
- тематическая дискуссия (тема № 1,2)
- мультимедийная презентация (темы № 6, №9)

Использование активных и интерактивных методов обучения позволяет обучающимся лучше усваивать материал, повышает вовлеченность в образовательный процесс.

При организации *проблемной лекции* подразумевается, что в начале и по ходу изложения учебного материала создаются проблемные ситуации и вовлекаются слушатели в их анализ. Разрешая противоречия, заложенные в проблемных ситуациях,

обучаемые самостоятельно могут прийти к тем выводам, которые должны быть сообщены в качестве новых знаний.

Тематическая дискуссия: обсуждения темы (спорного или проблемного характера) в учебной группе.

Практические задачи предполагают анализ предложенных фактов и данных, выбор необходимых методов решения поставленной задачи, осуществление необходимых расчетов и аргументацию полученного ответа.

Мультимедийная презентация: предполагает знание современных программ проектирования презентаций проектов.

Деловая игра – моделирование профессиональной деятельности и занятых в ней людей, ролевое взаимодействие по определенным правилам в условном месте при неполной

9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Таблица 9.1.1 – Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)	**Основная/ дополнительная литература**	**Книгообеспеченность**	
		Кол-во. экз. в библ. СПбГЭУ	**Электронные ресурсы**
1. Интегрированные коммуникации (основы рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / [В.А.Барежев и др.] ; под ред. А.Д.Кривоносова .— Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2014 .— 170 с. — Сведения доступны также по Интернету: opac.unecon.ru	основная	57	ЭБ OPAC.UNECON.RU
2.Марков А.А. Связи с общественностью в органах власти : Учебник .— Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014 .— 190 с.	основная	-	ЭБС ZNANIUM
3. Дурович, А. П. Маркетинг в туризме: Учебное пособие / А.П. Дурович. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 316 с. (Высшее образование: Бакалавриат). ISBN 978-5-16-009967-5. - Текст : электронный.	дополнительная	-	ЭБС ZNANIUM
4.Шубаева В.Г. Маркетинг-менеджмент туризма : учеб. пособие / В.Г.Шубаева, И.О.Сердобольская ;.— Санкт-Петербург : Изд-во СПбГУЭФ, 2012 .— 136 с. — Сведения доступны также по Интернету: opac.unecon.ru .	дополнительная	68	ЭБ OPAC.UNECON.RU

Таблица 9.1.2 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД
1	Электронная библиотека Grebennikon.ru – www.grebennikon.ru
2	Научная электронная библиотека eLIBRARRY – www.elibrary.ru
3	Научная электронная библиотека КиберЛеника – www.cyberleninka.ru
4	База данных ПОЛПРЕД Справочники – www.polpred.com

5	База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary – www.oecd-ilibrary.org

Таблица 9.1.3 – Перечень информационных справочных систем (ИСС)

№	Наименование ИСС
1	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.consultant.ru)
2	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.garant.ru)
3	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.kodeks.ru)
4	Электронная библиотечная система BOOK.ru - www.book.ru
5	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – www.urait.ru
6	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – www.znanium.com
7	Электронная библиотека СПбГЭУ– opac.unecon.ru

9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы

Таблица 9.2.1 – Перечень программного обеспечения (ПО)

№ п/п	Наименование ПО
1	Microsoft Windows Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г)
2	Microsoft Office Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г)
3	7-Zip (freeware)

10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом и является приложением к рабочей программе дисциплины (модуля).