

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: заместитель директора
Дата подписания: 22.12.2025 16:16:21
Уникальный программный ключ:
848621b05e7a2c59da67cc47a060a910fb948b62

Приложение 3
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б.1.В.ДВ.01.02 Пиар в туризме

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

43.03.02 Туризм

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Туризм и гостиничная деятельность
(наименование образовательной программы)

Бакалавр
(квалификация)

Очная форма обучения

(форма обучения)

Год набора - 2023

Донецк

Автор -составитель РПД:

Дубровская Наталья Ивановна, старший преподаватель кафедры туризма

Заведующий кафедрой:

Овчаренко Людмила Александровна, д-р экон. наук, доцент, заведующий кафедрой туризма

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.01.02 Пиар в туризме одобрена на заседании кафедры туризма Донецкого филиала РАНХиГС.

протокол № 2 от «10» ноября 2025 г.

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

изучение закономерностей взаимодействия субъектов общественных отношений с гражданами и организациями на основе согласования интересов и в обеспечении обучающихся специализацией в области управления общественными связями; овладение принципами, формами и методами деятельности Пиар (PR) как средства социально-политической и производственной деятельности.

1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

рассмотреть роль и значение Пиар в туризме в современном обществе и рыночной экономике; определения понятия «Пиар»; понятия «общественность», «общественное мнение», «бренд», «имидж», «репутация», «паблисити» и др.; предмет и объект науки о связях с общественностью; пиарологию в системе других наук; связи с общественностью как профессиональный вид деятельности, субъекты PR-деятельности; функции специалиста по связям с общественностью; связи с общественностью и другие виды коммуникативной деятельности; стандарты, сертификацию и лицензирование в связях с общественностью.

1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОПОП ВО: Б1.В.ДВ.01

1.3.1. Дисциплина "Пиар в туризме" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:

Русский язык и культура речи

Основы туризмоведения

Туристское краеведение

Экономическая теория

1.3.2. Дисциплина "Пиар в туризме" выступает опорой для следующих элементов:

Организация гостиничной деятельности

Туроперейтинг

Организация экскурсионной деятельности

Маркетинг в туризме

Технологии продвижения и продажи турпродукта

1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

УК-4.11: Осуществляет деловую коммуникацию в сфере профессиональной деятельности в форме обеспечения связей с общественностью

Знать:

Уровень 1	базовые принципы осуществления деловой коммуникации в сфере профессиональной деятельности в форме обеспечения связей с общественностью
Уровень 2	принципы осуществления деловой коммуникации в сфере профессиональной деятельности в форме обеспечения связей с общественностью в знакомой ситуации
Уровень 3	принципы осуществления деловой коммуникации в сфере профессиональной деятельности в форме обеспечения связей с общественностью в незнакомой ситуации

Уметь:

Уровень 1	воспроизводить деловую коммуникацию в сфере профессиональной деятельности в форме обеспечения связей с общественностью
Уровень 2	осуществлять деловую коммуникацию в сфере профессиональной деятельности в форме обеспечения связей с общественностью в знакомой ситуации
Уровень 3	осуществлять деловую коммуникацию в сфере профессиональной деятельности в форме обеспечения связей с общественностью в незнакомой ситуации

Владеть:

Уровень 1	воспроизводить деловую коммуникацию в сфере профессиональной деятельности в форме обеспечения связей с общественностью в незнакомой ситуации
Уровень 2	осуществлять деловую коммуникацию в сфере профессиональной деятельности в форме обеспечения связей с общественностью в незнакомой ситуации
Уровень 3	осуществлять деловую коммуникацию в сфере профессиональной деятельности в форме обеспечения связей с общественностью в незнакомой ситуации

1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

ПК-1.3: Вводит в действие регламент процесса подразделения организации или административный регламент подразделения организации сферы туризма и гостеприимства

Знать:

Уровень 1	принципы и правила работы с документами; основы внедрения изменений
------------------	---

	предприятий сферы туризма и гостеприимства
Уровень 2	принципы и правила работы с документами; основы внедрения изменений; основы моделирования бизнес-процессов; основы операционного менеджмента
Уровень 3	основы внедрения изменений; основы моделирования бизнес-процессов; основы операционного менеджмента; основы экономики, учёта затрат и оценки эффективности
Уметь:	
Уровень 1	осуществлять коммуникации, проводить рабочие совещания, находить консенсус; оценивать ресурсы, необходимые для ввода в действие регламентов процессов
Уровень 2	разрабатывать, согласовывать и утверждать планы мероприятий
Уровень 3	оценивать достижение результатов, разрабатывать корректирующие мероприятия для достижения планов
Владеть:	
Уровень 1	навыками планирования мероприятий по вводу в действие регламента процесса подразделения организации или административного регламента подразделения организации
Уровень 2	навыками внедрения в действие регламента процесса подразделения организации или административного регламента подразделения организации
Уровень 3	навыками оценки эффективности мероприятий по вводу в действие регламента процесса подразделения организации или административного регламента подразделения организации

В результате освоения дисциплины "Пиар в туризме" обучающийся должен:

3.1	Знать:
	закономерности, основные события и особенности формирования коммуникативных отношений в контексте со связью с общественностью;
	особенности создания и продвижения турпродукта с использованием современных технологий
	принципы и правила работы с документами; основы внедрения изменений; основы моделирования бизнес-процессов; основы операционного менеджмента
	основы внедрения изменений; менеджмента; основы экономики, учёта затрат и оценки эффективности
3.2	Уметь:
	использовать знания истории в профессиональной деятельности;
	применять коммуникативные техники и технологии делового общения.
	осуществлять коммуникации, проводить рабочие совещания, находить консенсус; оценивать ресурсы, необходимые для ввода в действие регламентов процессов
	оценивать достижение результатов, разрабатывать корректирующие мероприятия для достижения планов
3.3	Владеть:
	основами деловых коммуникаций, способностью к коммуникациям в профессиональной деятельности;
	основными коммуникативными методами и приемами делового общения в профессиональной сфере; способностью к деловым коммуникациям
	навыками планирования мероприятий по вводу в действие регламента процесса подразделения организации или административного регламента подразделения организации
	навыками оценки эффективности мероприятий по вводу в действие регламента процесса подразделения организации или административного регламента подразделения организации

1.5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ

Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний, умений и приобретенных навыков), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских/практических занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (тестовые задания, контроль знаний по разделу, ситуационных заданий и т.п.), оценки активности работы обучающегося на занятии, включая задания для самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку

работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с действующим локальным нормативным актом. По дисциплине "Пиар в туризме" видом промежуточной аттестации является Экзамен

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ						
Общая трудоёмкость дисциплины "Пиар в туризме" составляет 3 зачётные единицы, 108 часов. Количество часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося, определяется учебным планом.						
2.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ						
Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
Раздел 1. Введение в предмет «Связь с общественностью»						
Тема 1.1. Сущность и функции связи с общественностью /Лек/	3	2	ПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.1. Сущность и функции связи с общественностью /Сем зан/	3	2	ПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
Тема 1.1. Сущность и функции связи с общественностью /Ср/	3	7	ПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 1.2. Организация процесса PR /Лек/	3	2	ПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.2. Организация процесса PR /Сем зан/	3	2	ПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 1.2. Организация процесса PR /Ср/	3	6	ПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
Тема 1.3. Принципы и функции связи с общественностью /Лек/	3	2	ПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	0	
Тема 1.3. Принципы и функции связи с общественностью /Сем зан/	3	2	ПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	

Тема 1.3. Принципы и функции связи с общественностью /Cр/	3	6	ПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 1.4. Организация PR-кампаний /Лек/	3	2	ПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 1.4. Организация PR-кампаний /Сем зан/	3	2	ПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 1.4. Организация PR-кампаний /Cр/	3	6	ПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Раздел 2. Мероприятия PR в туризме						
Тема 2.1. Специальные мероприятия в системе связи с общественностью /Лек/	3	2	УК-4.11 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 2.1. Специальные мероприятия в системе связи с общественностью /Сем зан/	3	2	ПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 2.1. Специальные мероприятия в системе связи с общественностью /Cр/	3	7	ПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 2.2. Общественное мнение и PR /Лек/	3	2	ПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 2.2. Общественное мнение и PR /Сем зан/	3	2	ПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 2.2. Общественное мнение и PR /Cр/	3	7	ПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.2Л3 .1 Л3.2	0	
Тема 2.3. Бренд и фирменный стиль как важнейшие средства связи с общественностью /Лек/	3	4	ПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	

Тема 2.3. Бренд и фирменный стиль как важнейшие средства связи с общественностью /Сем зан/	3	2	ПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 2.3. Бренд и фирменный стиль как важнейшие средства связи с общественностью /Ср/	3	2	ПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 2.4. Паблик рилейшнз как составляющая коммуникационной политики предприятий туристской сферы /Лек/	3	2	ПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 2.4. Паблик рилейшнз как составляющая коммуникационной политики предприятий туристской сферы /Сем зан/	3	4	ПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 2.4. Паблик рилейшнз как составляющая коммуникационной политики предприятий туристской сферы /Ср/	3	2	ПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2	0	
Тема 2.4. Паблик рилейшнз как составляющая коммуникационной политики предприятий туристской сферы /Конс/	3	2	ПК-1.3	Л1.2Л2.2Л3 .1 Л3.2	0	

РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины "Пиар в туризме" используются следующие образовательные технологии: лекции (Л), практические занятия (ПР), самостоятельная работа студентов (СР) по выполнению различных видов заданий.

В процессе освоения дисциплины "Пиар в туризме" используются следующие интерактивные образовательные технологии: проблемная лекция (ПЛ). Лекционный материал представлен в виде слайд-презентации в формате «Power Point». Для наглядности используются материалы различных научных и технических экспериментов, справочных материалов, научных статей т.д. В ходе лекции предусмотрена обратная связь со студентами, активизирующие вопросы, просмотр и обсуждение видеофильмов. При проведении лекций используется проблемно-ориентированный междисциплинарный подход, предполагающий творческие вопросы и создание дискуссионных ситуаций.

При изложении теоретического материала используются такие методы, как: монологический, показательный, диалогический, эвристический, исследовательский, проблемное изложение, а также следующие принципы дидактики высшей школы, такие как: последовательность и систематичность обучения, доступность обучения, принцип научности, принципы взаимосвязи теории и практики, наглядности и др. В конце каждой лекции предусмотрено время для ответов на проблемные вопросы.

Самостоятельная работа предназначена для внеаудиторной работы студентов, связанной с конспектированием источников, учебного материала, изучением дополнительной литературы по дисциплине, подготовкой к текущему и семестровому контролю, а также выполнением индивидуального задания в форме реферата, эссе, презентации, эмпирического исследования.

РАЗДЕЛ 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Рекомендуемая литература

1. Основная литература

Авторы,	Заглавие	Издательство, год
---------	----------	-------------------

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Гусак , А. С., Шепилова, В. Г.	Связь с общественностью в туризме : учебное пособие предназначено для студентов образовательного уровня "бакалавр", направления подгот. 43.03.02 "Туризм" очной / заочной формы обучения (218 с.)	Донецк : ДонАУиГС, 2018
Л1.2	Бузни, Е. Н.	История связей с общественностью : учебное пособие (224)	ИНФРА-М, 2022

2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Гусак, А. С., Шепилова, В. Г., Гончарова, М. В.	Организация деятельности предприятий туристской индустрии : учебно-методическое пособие (456 с.)	Донецк : ГОУ ВПО "ДонАУиГС", 2017
Л2.2	Абабков, Ю. Н.	Маркетинг в туризме: учебник (214)	ИНФРА-М, 2024

3. Методические разработки

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Николайчук, В.Е.	Маркетинг, реклама, пиар: учеб. пособ. на основе афоризмов, шуток, мыслей (691 с.)	Донецк : Норд-Пресс, 2010
Л3.2	Бразевич Д.С.	Правовое и этическое регулирование рекламы и связей с общественностью: учебное пособие (82)	СПбГЭУ, 2020

4.2. Перечень ресурсов

информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА»	https://cyberleninka.ru/
Э2	ЭБС «ЛАНЬ»	https://e.lanbook.com
Э3	ЭБС «ЗНАНИУМ»	https://znanium.ru
Э4	ЭБС «SOCHUM»	https://sochum.ru

4.3. Перечень программного обеспечения

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

- Libre Office (лицензия Mozilla Public License v2.0.)
- 7-Zip (лицензия GNU Lesser General Public License)
- AIMP (лицензия LGPL v.2.1)
- STDU Viewer (freeware for private non-commercial or educational use)
- GIMP (лицензия GNU General Public License)
- Inkscape (лицензия GNU General Public License).

4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Департамент реализации проектов в сфере туристской деятельности <https://www.economy.gov.ru/material/departments/d08/>

Департамент развития туризма <https://www.economy.gov.ru/material/departments/d29/>

База статистических данных «Финансово-экономические показатели РФ» <https://www.minfin.ru/ru/statistics/>

Единая межведомственная информационно-статистическая система <https://www.fedstat.ru>

База данных Всемирной туристской организации <https://www.unwto.org/tourism-statistics>

4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, закреплены аудитории согласно расписанию учебных занятий:
рабочее место преподавателя, посадочные места по количеству обучающихся, доска меловая, персональный компьютер с лицензированным программным обеспечением общего назначения, мультимедийный проектор, экран.

РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Раздел 1. Введение в предмет "Пиар в туризме"**Тема 1.1. Сущность и функции "Пиар в туризме"**

1. Что такое паблик рилейшнз?
2. Назовите принципы связи с общественностью.
3. Какие общие правила коммуникационной политики?
4. Какие задачи решаются с помощью PR?
5. Наиболее важные вопросы в отрасли PR.
6. Какие цели и задачи связи с общественностью в туризме?
7. Дайте характеристику модели информирования.
8. Что собой представляет модель двусторонней коммуникации?
9. Охарактеризуйте концепцию социального партнерства.
10. Назовите области использования связи с общественностью.
11. История развития паблик рилейшнз.
12. Кем заложены научные основы паблик рилейшнз?

Тема 1.2. Организация процесса PR

1. Назовите уровни реализации связи с общественностью.
2. Что являются объектами в PR?
3. По каким признакам осуществляется классификация групп общественности?
4. Назовите отличительные особенности маркетинга и PR.
6. Какие существуют методы воздействия на общественность?
7. Определите основные направления деятельности PR в туризме.
8. Какие инструменты используются в PR для установления двухстороннего общения между организациями и общественностью?
9. Что такое пресс-релиз? Назовите отличие пресс-релиза от пресс-кита.
10. Назовите особенности организации пресс-туров в туризме.

Тема 1.3. Принципы и функции связи с общественностью

1. Назовите основные принципы деятельности института паблик рилейшнз и его специалистов.
2. В чем заключается функция PR «Контроль мнения и поведения общественности»? Какие еще функции можете назвать?
3. Исторические этапы становления и развития этого института PR.
4. Требования к личным качествам специалистов по паблик рилейшнз.
5. Какая значимость кодексов правил профессионального поведения и международные кодексы правил поведения? Какие из кодексов можете назвать?
6. В чем сущность этики PR?
7. Как Вы понимаете этику PR в туризме?
8. Назовите значимость и отличительные особенности международных кодексов правил профессионального поведения.

Тема 1.4. Организация PR-кампании

1. Назовите основные отличия PR-кампания от PR-проекта.
2. Назовите ключевые функции PR-кампаний.
3. Как трактовать понятие креатива как универсальных творческих способностей?
4. Назовите составляющие Коммуникационного комплекса RACE.
5. Что подразумевают под общей технологической структурой организации и проведения PR-кампании?
6. Что являются специальными элементами разработки и реализации PR-кампаний?
7. Приведите примеры применения креативной политики в туризме.
8. В каких направлениях проводятся PR-исследования, осуществляемые в ходе организации PR-кампании?
9. Почему поиск целевых групп является важнейшим направлением эффективной PR-кампании?
10. В чем заключается разработка имиджевой стратегии турпредприятия?

Раздел 2. Мероприятия PR в туризме**Тема 2.1. Специальные мероприятия в системе связи с общественностью**

1. Какое значение имеют выставки и ярмарки в организации PR? В чем заключается отличие выставки от ярмарки?
2. Какие особенности проведения презентации? Назовите цели презентации.
3. Каким вопросам должны уделить внимание специалисты PR при проектировании и изготовлении будущей экспозиции?
4. Перечислите правила подготовки конференции. Виды конференций и их отличия.
5. Дни открытых дверей. Приемы, их сущность, назначение и проведение.
6. Грамотное использование устной речи в публичных выступлениях.
7. Приведите примеры использования PR-инструментов в индустрии туризма.

Тема 2.2. Общественное мнение и PR

1. Раскройте сущность общественного мнения как совокупность взглядов индивидов на определенную проблему?
2. Какие характерные признаки общественного мнения можете перечислить?
3. Дайте характеристику установки как устойчивой склонности людей определенным образом воспринимать объект.
4. В чем заключаются различия между установками и мнениями?
5. Что может служить мотивацией для изменения установки?
6. Каких правил должен придерживаться политик, стремящийся изменить установки людей?
7. Какие существуют типы исследований общественного мнения?
8. В чем суть коммуникационного аудита?
9. Из каких элементов состоят социологические исследования?
10. Какие существуют типы выборок?

Тема 2.3. Бренд и фирменный стиль как важнейшие средства связи с общественностью

1. Сущность бренда, его структура и особенности.
2. Что понимают под бренд-идеей и бренд-легендой?
3. Что такое фирменный стиль? Как он влияет на формирования имиджа фирмы?
4. В чем заключаются основные проблемы разработки бренда?
5. Какие основные элементы фирменного стиля можете назвать?
6. Что такое спонсорство и благотворительность? В чем различия?
7. Что понимают под патронажем в PR?
8. Раскройте сущность спичрайтер как PR-специализация.
9. Как Вы понимаете благотворительность в туризме?
10. Назовите основные элементы фирменного стиля турфирмы.

Тема 2.4. Паблик рилейшнз как составляющая коммуникационной политики предприятий туристской сферы

1. Какими особенностями должны обладать PR-тексты (пресс-релиз, бэкграундер, пресс-кит и другие) в туриндустрии?
2. В чем смысл рекламных поездок в туризме? Каких типов они бывают?
3. В чем заключается специфика антикризисного управления в сфере туризма?
4. Какие наиболее вероятные в нынешних условиях кризисные факторы должен учитывать специалист по связям с общественностью?
5. Какие специфические требования предъявляют к антикризисному менеджеру?
6. В чем заключается подготовка антикризисного штаба и его рилайтерского обеспечения?
7. В чем различия работы со СМИ в условиях кризиса?
8. Какие виды связей с общественностью в сфере туризма можете назвать?
9. Раскройте сущность конфликтного пиара.
10. Назовите особенности социального пиара и его роль в развитии социального туризма.

5.2. Темы письменных работ

Темы рефератов

1. Особенности организация пресс-конференции в туризме.
2. Организация выставки: рекомендации специалистов.
3. Этапы формирования имиджа турфирмы
4. Этапы формирования имиджа персоны.
5. Общение пресс-службы с журналистами.
6. Классификация PR-кампаний в туризме.
7. Особенности работы пресс-службы с электронными масс-медиа.
8. Бренд туристской организации и его значение.
9. Учёт особенностей целевых аудиторий при осуществлении связей с общественностью туристских организаций.
10. Коммуникативный процесс в классическом построении PR- организаций.
11. Историческое развитие паблик рилейшнз.
12. Понятие внутренней коммуникации в организации.
13. Методы и приемы паблик рилейшнз (медиарилейшнз) в организации международного туризма политике.
14. Корпоративный имидж турфирмы.
15. Методы социологического исследования общественного мнения.
16. Основные различия между паблик рилейшнз и маркетингом.
17. Проблемы в процессе внутренней коммуникации турфирмы.
18. Кризисный паблик рилейшнз и его особенности.
19. Паблик рилейшнз как составляющая коммуникационной политики предприятий туристской сферы.
20. Понятие общественности и общественного мнения.
21. Особенности рекламы в деловой прессе.

22. Принципы, формы и методы взаимодействия PR специалиста с прессой.
 23. Роль PR и рекламы в создании брендов.
 24. Ярмарки и выставки как средство маркетинговых коммуникаций.
 25. Интегрированные маркетинговые коммуникации в современном бизнесе.

5.3. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств дисциплины "Пиар в туризме" разработан в соответствии с локальным нормативным актом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".

Фонд оценочных средств дисциплины "Пиар в туризме" в полном объеме представлен в виде приложения к данному РПД.

5.4. Перечень видов оценочных средств

Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний и умений), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (письменные домашние задания и расчетные работы, ответы на вопросы, тестовые задания, контрольные задания), оценки активности работы обучающегося на занятиях, включая задания для самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация включает семестровый контроль в период зачетно-экзаменационной сессии – экзамен

РАЗДЕЛ 6. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ К ПОТРЕБНОСТИЯМ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

1) с применением электронного обучения и дистанционных технологий.

2) с применением специального оборудования (техники) и программного обеспечения, имеющихся в ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".

В процессе обучения при необходимости для лиц с нарушениями зрения, слуха и опорно-двигательного аппарата предоставляются следующие условия:

- для лиц с нарушениями зрения: учебно-методические материалы в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

РАЗДЕЛ 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Приступая к изучению дисциплины, студенту необходимо внимательно ознакомиться с тематическим планом занятий, списком рекомендованной литературы. Следует уяснить последовательность выполнения индивидуальных учебных заданий.

Самостоятельная работа студента предполагает работу с научной и учебной литературой, умение создавать тексты. Уровень и глубина усвоения дисциплины зависят от активной и систематической работы на лекциях, изучения рекомендованной литературы.

При изучении дисциплины студенты выполняют следующие задания: - изучают рекомендованную научно-практическую и учебную литературу; - выполняют задания, предусмотренные для самостоятельной работы. Основными видами аудиторной работы студентов являются лекции и семинарские занятия.

В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации на семинарское занятие и указания на самостоятельную работу.

Семинарские занятия завершают изучение наиболее важных тем учебной дисциплины. Они служат для закрепления изученного материала, развития умений и навыков подготовки докладов, сообщений, приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а также для контроля преподавателем степени подготовленности студентов по изучаемой дисциплине.

Семинар предполагает свободный обмен мнениями по избранной тематике. Он начинается со вступительного слова преподавателя, формулирующего цель занятия и характеризующего его основную проблематику. Затем,

как правило, заслушиваются сообщения студентов. Обсуждение сообщения совмещается с рассмотрением намеченных вопросов. Сообщения, предполагающие анализ публикаций по отдельным вопросам семинара, заслушиваются обычно в середине занятия. Поощряется выдвижение и обсуждение альтернативных мнений. В заключительном слове преподаватель подводит итоги обсуждения и объявляет оценки выступавшим студентам.

В целях контроля подготовленности студентов и привития им навыков краткого письменного изложения своих мыслей преподаватель в ходе семинарских занятий может осуществлять текущий контроль знаний в виде тестовых заданий.

При подготовке к семинару студенты имеют возможность воспользоваться консультациями преподавателя. Кроме указанных тем студенты вправе, по согласованию с преподавателем, избирать и другие интересующие их темы.