

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна  
Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского  
федерального университета  
Дата подписания: 25.08.2023 15:44:18  
Уникальный программный ключ:  
d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования**  
**«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
**Пятигорский институт (филиал) СКФУ**

**Методические указания  
по выполнению практических работ  
по дисциплине «Технологии Public Relations в гостиничном и санаторно-  
курортном бизнесе»**  
для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело  
Направленность (профиль): «Гостиничная деятельность»  
*(для заочной формы обучения)*

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН  
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**  
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6  
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна  
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Пятигорск, 2022

## 1. Предисловие

Дисциплина «Технологии Public Relations в гостиничном и санаторно-курортном бизнесе» осваивается студентами в течение 81 часа. Часть этого времени (72 часа) отводится на самостоятельную, или внеаудиторную, работу студентов, другая часть (9 часов) – это аудиторные формы работы (лекционные и практические занятия), которые организуются непосредственно преподавателем.

Практическое занятие является важнейшей формой усвоения знаний. Очевидны три структурные его части: предваряющая (подготовка к занятию), непосредственно сам семинар (обсуждение вопросов темы в группе) и завершающая часть (после семинарская работа студентов по устранению обнаружившихся пробелов в знаниях).

Не только семинар, но и предваряющая и заключающая его части являются необходимыми звеньями целостной системы усвоения вынесенной на обсуждение темы.

Семинарское занятие является средством проверки знаний, отработки навыков самостоятельного изучения материалов по дисциплине, работы с литературой, умения логично и последовательно излагать усвоенный материал. Выступая на семинарском занятии, слушатели должны показать умение выделить основные положения, иллюстрировать их применение, а также делать практически значимые выводы из теоретических положений.

Ко всем темам семинарских занятий дан перечень наиболее важных вопросов, необходимых для усвоения, а также приведен список основной и дополнительной литературы, необходимой для изучения.

Для лучшего усвоения материала необходимо вести конспект в отдельной тетради. Такой конспект может быть в форме плана ответов по каждому вопросу темы, а в некоторых случаях и кратким ответом (со ссылками на соответствующий источник: нормативный материал или литературу).

На семинарском занятии большое внимание уделяется рассмотрению не только теоретических вопросов, но и выполнению практических упражнений, направленных на выработку умений и навыков культурной речи. К каждому семинарскому занятию студент подбирает материалы из методической литературы, СМИ, Интернета.

Рекомендуется в отдельной тетради вести словарь терминов (в алфавитном порядке) с пояснениями к ним.

Если слушатель не подготовился к семинарскому занятию или пропустил его по какой-то причине (в том числе и по болезни), он обязан во внеурочное время отчитаться по этой теме перед преподавателем, ведущим занятие в группе. При возникновении трудностей при изучении курса, необходимо посетить консультацию преподавателя, ведущего занятия, в соответствии с графиком консультаций, который имеется на кафедре Туризма и гостиничного дела.

При подготовке к семинарским занятиям по всем темам слушатели должны изучить:

- рекомендованную в плане семинарских занятий основную литературу;

- рекомендуемую в плане семинарских занятий дополнительную литературу;

- нормативно-правовую документацию в области охраны труда и гражданской обороны.

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6  
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна  
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022



**Формируемые компетенции:**

| <b>Код, формулировка компетенции</b>                                                                                                                       | <b>Код, формулировка индикатора</b>                                                                                                                                                                                                                                   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i><b>Профессиональные компетенции</b></i>                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>УК-3</b> Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде                                                            | <b>УК-3 И-1</b> Способен реализовывать свою роль в команде, организовать межличностное и групповое взаимодействие, эффективную коммуникацию в команде используя методы командообразования, командного взаимодействия на основе знаний менеджмента, психологии, права. |
| <b>ОПК-4</b> Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания | <b>ОПК-4 И-3</b> Осуществляет продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе в сети Интернет                                                                                                                                 |
| <b>ПК-4</b> Способен осуществлять продвижение и продажу гостиничного продукта                                                                              | <b>ПК-4 И-2</b> Организует продвижение услуг организаций индустрии гостеприимства                                                                                                                                                                                     |

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН  
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

## ПЛАН ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

**Практическое занятие 1. Public Relations: понятие, история, структура. PR: сущность, задачи и цели.**

**Цель:** Изучить Public Relations: понятие, историю, структуру. PR: сущность, задачи и цели.

**Организационная форма занятия:** семинар.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Определение публич рилейшенз.
2. Динамика развития публич рилейшенз в мировом масштабе.
3. Особенности публич рилейшенз.
4. Основные цели PR деятельности.
5. Основные задачи и пути решения PR деятельности.
6. Завоевание доверия потребителей как цель PR.

**Методические рекомендации:** изучить литературу по проблеме практического занятия, подготовить развернутые ответы по вопросам для обсуждения.

**Практическое занятие 2. Особенности и виды программ в связях с общественностью. Основные этапы планирования PR-кампании.**

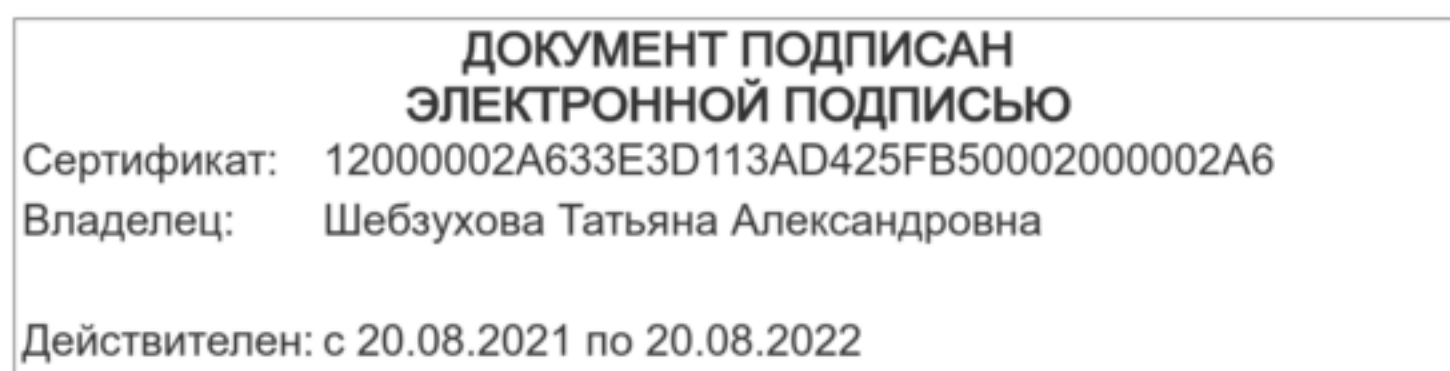
**Цель:** Изучить особенности и виды программ в связях с общественностью. Основные этапы планирования PR-кампании.

**Организационная форма занятия:** семинар.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Типология программ в связях с общественностью.
2. Разработка стратегии и тактики.
3. Цели PR-кампании.
4. Виды планов PR-кампании.
5. Оценка эффективности PR-кампании.
6. Основы письменной PR-коммуникации.

**Методические рекомендации:** изучить литературу по проблеме практического занятия, подготовить развернутые ответы по вопросам для обсуждения.





### 3. Список рекомендуемой литературы

#### Основная литература:

1. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд (2-е издание) [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — Электрон. текстовые данные. — М. : Аспект Пресс, 2016. — 160 с. — 978-5-7567-0819-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57080.html>

#### Дополнительная литература:

1. Шарков Ф. И. Паблик рилейшнз : учебник / Ф.И. Шарков. - М. : Дашков и Ко, 2016. - 332 с.
2. Чумиков, А.Н. Связи с общественностью. Теория и практика : [учебник] / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров ; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. - [6-е изд.]. - М. : Дело АНХ, 2015.

#### Учебно-методическая литература

1. Методические указания по выполнению практических (семинарских) работ по дисциплине «Технологии Public Relations в гостиничном и санаторно-курортном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.
2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Технологии Public Relations в гостиничном и санаторно-курортном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

#### Интернет-ресурсы:

1. <https://e.lanbook.com/> - Электронно-библиотечная система Лань;
2. <http://biblioclub.ru/> - Электронная библиотечная система «Университетская библиотека on-line»;
3. <http://www.iprbookshop.ru/> - Электронно-библиотечная система IPRbooks

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН  
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования**  
**«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
**Пятигорский институт (филиал) СКФУ**

**Методические указания  
для обучающихся по организации и проведению  
самостоятельной работы  
по дисциплине «Технологии Public Relations в гостиничном и санаторно-  
курортном бизнесе»**  
для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело  
Направленность (профиль): «Гостиничная деятельность»

*(для заочной формы обучения)*

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН  
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**  
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6  
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна  
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Пятигорск, 2022



## Введение

Дисциплина «Технологии Public Relations в гостиничном и санаторно-курортном бизнесе» осваивается студентами в течение 81 часа. Часть этого времени (9 часов) отводится на аудиторные формы работы (лекционные и практические занятия), которые организуются непосредственно преподавателем. Часть установленных стандартом часов (72 часа) отводятся для самостоятельной, или внеаудиторной.

Под самостоятельной работой студентов понимается планируемая учебная, учебно-исследовательская, а также научно-исследовательская работа студентов, которая выполняется во внеаудиторное время по инициативе студента или по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Целью самостоятельной работы является изучение тем, не рассмотренных в течение аудиторных занятий. Задачи самостоятельной работы:

- сформировать и развить навыки ведения самостоятельной работы и овладения методикой исследования при решении разрабатываемых в учебно-научной деятельности проблем и вопросов;

- сформировать и закрепить умение правильно, логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь в рамках научного дискурса.

Выполнение заданий по самостоятельной работе позволяет студенту закрепить знания и приобрести практические навыки в области анимационной деятельности в туризме.

Для достижения высоких результатов усвоения учебного материала по курсу «Технологии Public Relations в гостиничном и санаторно-курортном бизнесе» бакалаврам необходимо осознанно подходить к выполнению заданий для самостоятельной работы, внимательно ознакомиться с рекомендованной основной и дополнительной литературой.

Бакалаврам необходимо помнить, что целью самостоятельных занятий по дисциплине «Технологии Public Relations в гостиничном и санаторно-курортном бизнесе» является обобщение и систематизация теоретических знаний, полученных на лекциях и практических занятиях.

В ходе подготовки к занятиям бакалаврам следует учиться точно выражать свои мысли в докладе или выступлении по вопросу, активно отстаивать свою точку зрения, аргументировано возражать, опровергать ошибочную позицию.

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН  
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022



# 1. Общая характеристика самостоятельной работы обучающихся при изучении дисциплины «Технологии Public Relations в гостиничном и санаторно-курортном бизнесе».

К самостоятельной работе студентов относятся следующие виды работ:

- выполнение индивидуальных домашних заданий;
- написание конспектов, подготовка рефератов;
- самостоятельное изучение теоретического материала,
- выполнение письменных заданий (упражнений) к семинарским занятиям,
- подготовка докладов, докладов-презентаций и сообщений для выступления на семинарах.

Отдельной составляющей в итоговой оценке по предмету оценка самостоятельной работы не является. Вместе с тем оценка самостоятельной работы всё же имеет непосредственное отношение к итоговым результатам по дисциплине. Во-первых, оценка самостоятельной работы включается в оценку такой формы промежуточного контроля, как оценка текущей работы на семинарских занятиях. Во-вторых, так как самостоятельная работа по предмету поощряется, преподаватель может использовать (и, как правило, использует) баллы, накопленные по самостоятельной работе в качестве бонусной составляющей. В спорных ситуациях оценка самостоятельной работы может разрешить ситуацию в пользу студента.

## Формируемые компетенции данными видами деятельности:

| Код, формулировка компетенции                                                                                                                       | Код, формулировка индикатора                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Профессиональные компетенции</i>                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                |
| УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде                                                            | УК-3 И-1 Способен реализовывать свою роль в команде, организовать межличностное и групповое взаимодействие, эффективную коммуникацию в команде используя методы командообразования, командного взаимодействия на основе знаний менеджмента, психологии, права. |
| ОПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания | ОПК-4 И-3 Осуществляет продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе в сети Интернет                                                                                                                                 |
| ПК-4 Способен осуществлять продвижение и продажу гостиничного продукта                                                                              | ПК-4 И-2 Организует продвижение услуг организаций индустрии гостеприимства                                                                                                                                                                                     |

Независимо от вида самостоятельной работы, критериями положительной самостоятельной работы могут считаться:

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН  
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

- умение анализировать информацию (в том числе, умение ранжировать проблемы);
- умение выделять главное (в том числе, умение ранжировать проблемы);
- самостоятельность в поиске и изучении литературы, т.е. способность обобщать прочитанных и изученных источников;



- г) умение использовать собственные примеры и наблюдения;
- д) заинтересованность в предмете;
- е) умение показать место данного вопроса в общей структуре курса, его связь с другими вопросами культуры речи;
- ж) умение применять свои знания для ответа на вопросы.

## 2. План-график выполнения самостоятельной работы студента

| №<br>п/п  | Раздел (тема) дисциплины                                                                                                                                   | Реализуемые компетенции           | Контактная работа обучающихся с преподавателем, часов |              |              |           | Самостоятельная работа, часов |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------------------------|--------------|--------------|-----------|-------------------------------|
|           |                                                                                                                                                            |                                   | Лекции                                                | Практические | Лабораторные | Групповые |                               |
| 6 семестр |                                                                                                                                                            |                                   |                                                       |              |              |           |                               |
| 1         | Public Relations: понятие, история, структура. PR: сущность, задачи и цели                                                                                 | УК-3 И-1<br>ОПК-4 И-3<br>ПК-4 И-2 | 1,5                                                   | 3            | -            | -         | 72                            |
| 2         | Стратегическое планирование PR-деятельности. Организация и проведение PR-мероприятий (конференция, пресс-конференция, презентация).                        |                                   | -                                                     | -            | -            | -         |                               |
| 3         | Определение Public Relations и его особенности в деловой, политической, академической и другой среде. PR в Интернете.                                      |                                   | -                                                     | -            | -            | -         |                               |
| 4         | Коммуникационная среда предприятия; виды коммуникаций. Требования к персоналу внутрифирменных служб по связям с общественностью.                           |                                   | -                                                     | -            | -            | -         |                               |
| 5         | Реляционные и информационные типы сообщений в управленческих коммуникациях. Средства массовой информации как технология формирования общественного мнения. |                                   | -                                                     | -            | -            | -         |                               |
| 6         | Модели кризисных ситуаций в организации. PR-Планирование кризиса в Public Relations                                                                        |                                   | -                                                     | -            | -            | -         |                               |

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6  
 Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна  
 Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

|                           |                                                                                                                      |  |          |          |          |          |           |
|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|----------|----------|----------|----------|-----------|
| 7                         | Целевое планирование (цели выхода, цели влияния). Организация программ и компаний Public Relations в мезосреде фирмы |  | -        | -        | -        | -        |           |
| 8                         | Особенности и виды программ в связях с общественностью<br>Основные этапы планирования PR-кампании                    |  | 1,5      | 3        | -        | -        |           |
| <b>Итого за 6 семестр</b> |                                                                                                                      |  | <b>3</b> | <b>6</b> | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>72</b> |
| <b>Итого</b>              |                                                                                                                      |  | <b>3</b> | <b>6</b> | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>72</b> |

#### Технологическая карта самостоятельной работы обучающихся

| Коды реализуемых компетенций,        | Вид деятельности студентов                         | Средства и технологии оценки | Объем часов, в том числе |                                    |       |
|--------------------------------------|----------------------------------------------------|------------------------------|--------------------------|------------------------------------|-------|
|                                      |                                                    |                              | СРС                      | Контактная работа с преподавателем | Всего |
| УК-3 И-1<br>ОПК-4<br>И-3<br>ПК-4 И-2 | 6 семестр                                          |                              |                          |                                    |       |
|                                      | Самостоятельное изучение литературы по темам № 1-8 | Собеседование                | 32,4                     | 3,6                                | 36    |
|                                      | Подготовка к практическим занятиям по темам № 1-8  | Собеседование                | 32,4                     | 3,6                                | 36    |
| Итого за 6 семестр                   |                                                    |                              | 64,8                     | 7,2                                | 72    |
| Итого                                |                                                    |                              | 64,8                     | 7,2                                | 72    |

### 3. Контрольные точки и виды отчетности по ним

Рейтинговая оценка знаний студента не предусмотрена нормативными актами СКФУ.

### 4. Методические рекомендации по изучению теоретического материала

При работе с литературными источниками важно уметь правильно читать, понимать и запоминать прочитанное. Для понимания сложного текста важно не только быть внимательным при чтении, иметь знания и уметь их применять, но и владеть определенными мыслительными приемами. Один из них состоит в крайне важности воспринимать не отдельные слова, а предложения и даже целые группы предложений, т. е. абзацы.

При работе с литературой используются выписки (обязательное условие выписок – точное указание источника и места, откуда это выписано). Целесообразно выписки делать на карточках, что облегчает их хранение и использование. При заполнении карточек следует учитывать, что два самостоятельных вопроса заносить на одну карточку нельзя, т.к. это затруднит их классификацию и хранение. Карточка должна содержать обозначение документа, номер или шифр, указывающий ее место в карточке, дату заполнения, а также фамилию автора. Записи на карточке следует располагать на одной стороне, они должны быть четкими и достаточно полными. При выписывании цитат крайне важно сохранять абсолютную точность при передаче мыслей автора, ставить их в кавычки. Пропуски в цитате допускаются (отмечаются многоточием), но они не должны

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН  
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ  
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6  
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна  
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022



изменять смысла высказывания. Цитата обязательно должна быть снабжена указанием источника.

В процессе работы над изучаемым материалом составляется план в целях более четкого выявления структуры текста, записи системы, в которой излагает материал данный автор, подготовки к выступлению, а также для написания какой-либо работы, записи своих мыслей с новой систематизацией материала. В плане могут встречаться отдельные цифры и другие фактические сведения, которые хотя и не являются собственно планом, но помогают в будущем его использовании (к примеру, при выступлении).

При изучении теоретического материала требуется составление конспекта.

**Конспект** – это краткая письменная запись содержания статьи, книги, лекции, предназначенные для последующего восстановления информации с различной степенью полноты.

Конспект – это систематическая, логически связная запись, объединяющая план, выписки, тезисы или, по крайней мере, два из этих типов записи. Исходя из определения, выписки с отдельными пунктами плана, если в целом они не отражают логики произведения, если между отдельными частями записи нет смысловой связи, – это не конспект. В конспект включаются не только основные положения, но и доводы, их обосновывающие, конкретные факты и примеры, но без их подробного описания.

Конспектирование может осуществляться тремя способами:

- цитирование (полное или частичное) основных положений текста;
- передача основных мыслей текста «своими словами»;
- смешанный вариант.

Все варианты предполагают использование сокращений.

При написании конспекта рекомендуется следующая последовательность:

1. Проанализировать содержание каждого фрагмента текста, выделяя относительно самостоятельные по смыслу;
2. Выделить из каждой части основную информацию, убрав избыточную;
3. Записать всю важную для последующего восстановления информацию своими словами или цитируя, используя сокращения.

Разделяют четыре вида конспектов:

- текстуальный,
- плановый,
- свободный,
- тематический.

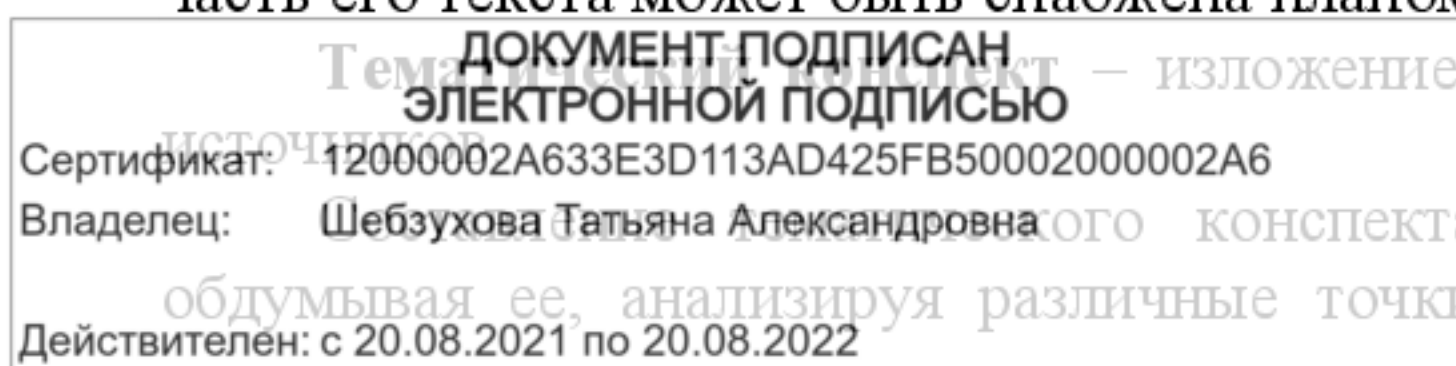
**Текстуальный** состоит из отдельных авторских цитат. Необходимо только умение выделять фразы, несущие основную смысловую нагрузку. Это прекрасный источник дословных высказываний автора и приводимых им фактов. Текстуальный конспект используется длительное время.

**Плановый** – это конспект отдельных фрагментов материала, соответствующих названиям пунктов предварительно разработанного плана. Он учит последовательно и четко излагать свои мысли, работать над книгой, обобщая содержание ее в формулировках плана. Такой конспект краток, прост и ясен по своей форме. Это делает его незаменимым пособием при быстрой подготовке доклада, выступления.

**Свободный** конспект – индивидуальное изложение текста, т.е. отражает авторские мысли через ваше собственное видение. Требуется детальная проработка текста.

Свободный конспект представляет собой сочетание выписок, цитат, иногда тезисов, часть его текста может быть снабжена планом. Это наиболее полноценный вид конспекта.

Тематический конспект – изложение информации по одной теме из нескольких источников. Такой конспект учит работать над темой, всесторонне обдумывая ее, анализируя различные точки зрения на один и тот же вопрос. Таким





образом, этот конспект облегчает работу над темой при условии использования нескольких источников.

### **Оформление конспекта**

1. Название конспектируемого произведения (или его части) и его выходных данных, т.е. библиографическое описание документа.
2. План текста.
3. Изложение наиболее существенных положений изучаемого материала (тезисы) последовательно и кратко своими словами или в виде цитат, включая конкретные факты и примеры.
4. Составляя конспект, можно отдельные слова и целые предложения писать сокращенно, выписывать только ключевые слова, применять условные обозначения.
5. Чтобы форма конспекта как можно более наглядно отражала его содержание, располагайте абзацы «ступеньками» подобно пунктам и подпунктам плана, применяйте разнообразные способы подчеркивания, используйте карандаши и ручки разного цвета.
6. Используйте реферативный способ изложения (например: «Автор считает...», «раскрывает...»).
7. Собственные комментарии полагайте на полях.

Итоговым продуктом самостоятельного изучения литературы по конкретным темам является конспект, средством оценки данного вида деятельности – собеседование, тестирование.

### **Методические рекомендации к самостоятельному изучению тем № 1-8**

**Тема 1. Public Relations: понятие, история, структура. PR: сущность, задачи и цели.**

**Цель:** Изучить Public Relations: понятие, историю, структуру. PR: сущность, задачи и цели.

**Форма контроля СРС:** конспект статей, опрос.

**Вид самостоятельной работы:**

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

**Задания для СРС:**

**Темы для конспектирования:**

1. Определение публич рилейшенз.
2. Динамика развития публич рилейшенз в мировом масштабе.
3. Особенности публич рилейшенз.
4. Основные цели PR деятельности.
5. Основные задачи и пути решения PR деятельности.
6. Завоевание доверия потребителей как цель PR.

**Тема 2. Стратегическое планирование PR-деятельности. Организация и проведение PR-мероприятий (конференция, пресс-конференция, презентация).**

**Цель:** Изучить Стратегическое планирование PR-деятельности. Организация и проведение PR-мероприятий (конференция, пресс-конференция, презентация).

**Форма контроля СРС:** конспект статей, опрос.

**Вид самостоятельной работы:**

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

|                                           |                                        |
|-------------------------------------------|----------------------------------------|
| ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН<br>ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ |                                        |
| Сертификат:                               | 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6 |
| Владелец:                                 | Шебзухова Татьяна Александровна        |
| Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022  |                                        |

1. Стратегическое мышление.
2. Понятие «стратегическое планирование».
3. Пресс-конференция и брифинг.
4. Брифтинг для СМИ.
5. Пять этапов стратегического планирования.
6. Принципы реализации плана PR-активности.
7. Правила проведения пресс-конференций и брифтингов.
8. Презентация.

### **Тема 3. Определение Public Relations и его особенности в деловой, политической, академической и другой среде. PR в Интернете.**

**Цель:** Изучить Определение Public Relations и его особенности в деловой, политической, академической и другой среде. PR в Интернете.

**Форма контроля СРС:** конспект статей, опрос.

**Вид самостоятельной работы:**

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

**Задания для СРС:**

**Темы для конспектирования:**

1. Социально-экономические особенности формирования PR в сфере бизнеса.
2. Интерактивный PR.
3. Три «кита» PR в интернете.
4. Закон использования активных элементов основных фондов.
5. Эффективность PR в интернете.
6. Инструменты PR в интернете.

### **Тема 4. Коммуникационная среда предприятия; виды коммуникаций. Требования к персоналу внутрифирменных служб по связям с общественностью.**

**Цель:** Изучить коммуникационную среду предприятия; виды коммуникаций. Требования к персоналу внутрифирменных служб по связям с общественностью.

**Форма контроля СРС:** конспект статей, опрос.

**Вид самостоятельной работы:**

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

**Задания для СРС:**

**Темы для конспектирования:**

1. Схема структуры целевой коммуникации.
2. Простая схема структуры коммуникации.
3. Подготовка сотрудников внутрифирменных подразделений по связям с общественностью.
4. Навыки устной речи и приемы ораторского искусства в сфере общности.
5. Типология коммуникации.
6. Коммуникация в группе.
7. Профессиональное поведения и этика во взаимоотношениях друг с другом, а также с представителями различных категорий общности и работниками СМИ.

### **Тема 5. Реляционные и информационные типы сообщений в управленческих коммуникациях. Массовая информация как технология формирования**

|                                                                                                                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН<br/>ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ</p> <p>Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6</p> <p>Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна</p> <p>Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022</p> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|



**Цель:** Изучить реляционные и информационные типы сообщений в управленческих коммуникациях. Средства массовой информации как технологию формирования общественного мнения.

**Форма контроля СРС:** конспект статей, опрос.

**Вид самостоятельной работы:**

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

**Задания для СРС:**

**Темы для конспектирования:**

1. Понятие «реляция».
2. Кодирование и декодирование в коммуникативных системах.
3. Проблема влияния СМИ на массовую аудиторию.
4. Возможности СМИ.
5. Получатель информации.
6. СМИ в жизни современного общества.

## **Тема 6. Модели принятия решений в процессе переговоров. Кризисные PR. Понятие кризиса в Public Relations.**

**Цель:** Изучить модели принятия решений в процессе переговоров. Кризисные PR. Понятие кризиса в Public Relations.

**Форма контроля СРС:** конспект статей, опрос.

**Вид самостоятельной работы:**

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

**Задания для СРС:**

**Темы для конспектирования:**

1. Линии поведения партнеров.
2. Итоги переговоров.
3. Понятие «кризисная ситуация»
4. Пример кризисной ситуации.
5. Ведение переговоров.
6. Процесс проведения переговоров.
7. Аспекты кризисной ситуации.

## **Тема 7. Целевое планирование (цели выхода, цели влияния). Организация программ и компаний Public Relations в мезосреде фирмы.**

**Цель:** Изучить целевое планирование (цели выхода, цели влияния). Организацию программ и компаний Public Relations в мезосреде фирмы.

**Форма контроля СРС:** конспект статей, опрос.

**Вид самостоятельной работы:**

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

**Задания для СРС:**

**Темы для конспектирования:**

1. Цели влияния.
2. Цели программно-целевого планирования.
3. Оценка эффективности PR-кампании.
4. Целевой подход.
5. Электронные маркетинговые исследования в маркетинге и PR.

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6  
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна  
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

## **Тема 8. Особенности и виды программ в связях с общественностью. Основные этапы планирования PR-кампании**



**Цель:** Изучить особенности и виды программ в связях с общественностью. Основные этапы планирования PR-кампании

**Форма контроля СРС:** конспект статей, опрос.

**Вид самостоятельной работы:**

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

**Задания для СРС:**

**Темы для конспектирования:**

1. Типология программ в связях с общественностью.
2. Разработка стратегии и тактики.
3. Цели PR-кампании.
4. Виды планов PR-кампании.
5. Оценка эффективности PR-кампании.
6. Основы письменной PR-коммуникации.

## **5. Методические указания (по видам работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины)**

*Самостоятельное изучение теоретического курса*

Самостоятельное изучение теоретического материала предусмотрено на всём протяжении курса. Такая работа сопровождает лекционные, семинарские занятия, промежуточный и итоговый контроль, и в то же время является отдельным видом самостоятельной работы студента.

Источниками для самостоятельного изучения теоретического курса выступают:

- учебники по предмету;
- курсы лекций по предмету;
- учебные пособия по отдельным темам (например, по правилам оказания первой медицинской помощи);
- научные статьи в периодической печати и рекомендованных сборниках;
- научные монографии.

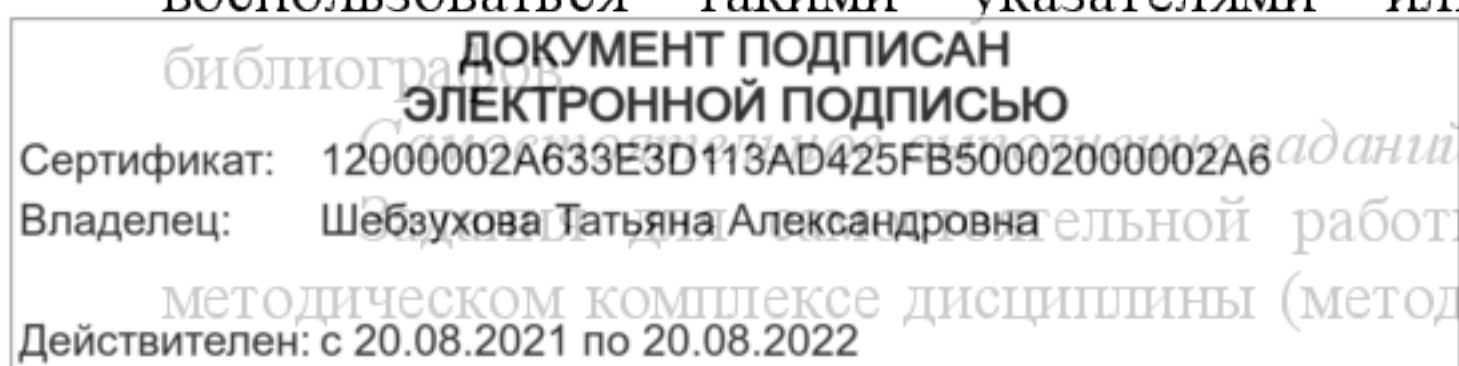
Умение студентов быстро и правильно подобрать литературу, необходимую для выполнения учебных заданий и научной работы, является залогом успешного обучения. Самостоятельный подбор литературы осуществляется при подготовке к практическим занятиям, подготовке к экзамену.

Существует несколько способов составления списка необходимой литературы.

Во-первых, в учебной программе дисциплины, в методических указаниях к семинарским занятиям приводится список основной и дополнительной литературы, которую рекомендуется изучить по соответствующей теме или разделу учебной дисциплины. При подготовке научных работ целесообразно изучать общий список литературы и делать выборку подходящей к теме литературы.

Во-вторых, в большинстве учебников, монографий и статей делаются ссылки, сноски на другие литературные источники, приводится список литературы по раскрываемой в книге проблеме. Целесообразно изучать научную ту литературу, на которую ссылаются исследователи в своих научных публикациях, поскольку изучение именно такой литературы формирует представление о состоянии и развитии того или иного вопроса.

В-третьих, поиску необходимой литературы существенно помогут различного рода библиографические указатели и пособия. В библиографическом отделе библиотеке можно воспользоваться такими указателями или прибегнуть к помощи специалистов-



и методических рекомендациях по организации самостоятельной работы студентов). Кроме того, задания и упражнения могут предлагаться преподавателем кафедры, ведущим практические занятия. На лекциях преподаватели также дают задания для самостоятельной работы.

В рамках самостоятельной работы студенты сами могут предлагать собственные темы и формы выполнения заданий, согласуя их с преподавателем.

Сдача задания производится преподавателю, ведущему семинарские занятия, в установленные им сроки.

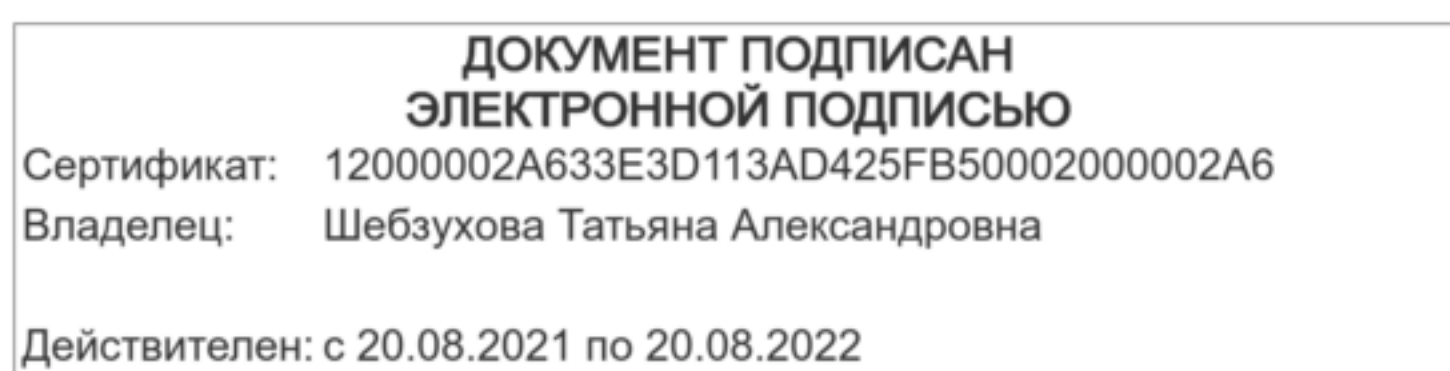
**Виды самостоятельной работы:** самостоятельное изучение литературы, подготовка к практическим занятиям.

**Подготовку к конспектированию литературы** следует начинать с повторения материала лекции по соответствующей теме, а потом переходить к изучению материала учебника, руководствуясь вопросами к собеседованию.

Конспектирование материала способствует закреплению и углублению понимания изученного материала, а также приобретению навыков самостоятельного изучения литературы.

**Итоговый продукт самостоятельной работы:** конспект.

**Средства и технологии оценки:** собеседование.





## 6. Список рекомендуемой литературы

### Основная литература:

1. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд (2-е издание) [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — Электрон. текстовые данные. — М. : Аспект Пресс, 2016. — 160 с. — 978-5-7567-0819-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57080.html>

### Дополнительная литература:

1. Шарков Ф. И. Паблик рилейшнз : учебник / Ф.И. Шарков. - М. : Дашков и Ко, 2016. - 332 с.
2. Чумиков, А.Н. Связи с общественностью. Теория и практика : [учебник] / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров ; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. - [6-е изд.]. - М. : Дело АНХ, 2015.

### Учебно-методическая литература

1. Методические указания по выполнению практических (семинарских) работ по дисциплине «Технологии Public Relations в гостиничном и санаторно-курортном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.
2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Технологии Public Relations в гостиничном и санаторно-курортном бизнесе» для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

### Интернет-ресурсы:

1. <https://e.lanbook.com/> - Электронно-библиотечная система Лань;
2. <http://biblioclub.ru/> - Электронная библиотечная система «Университетская библиотека on-line»;
3. <http://www.iprbookshop.ru/> - Электронно-библиотечная система IPRbooks

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН  
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022