

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 19.09.2023 12:27:11

Уникальный идентификатор:

d74ce93cd40ec9375e3ba2f58486412a1c8ef90f

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	Технологии Public Relations в туризме
Содержание	Определение Public Relations и ее особенности в деловой, политической, академической и другой среде. Коммуникационная среда предприятия; виды коммуникаций. Реляционные и информационные типы сообщений в управленческих коммуникациях. Модели принятия решений в процессе переговоров. Организация программ и компаний Public Relations в мезосреде фирмы. Макросреда фирмы; цели и задачи. Макроимидж фирмы. Средства массовой коммуникации, их классификация и назначение.
Реализуемые компетенции	ПК-8 способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий; ПК-9 способен осуществлять внутренние и внешние профессиональные коммуникации
Результаты освоения дисциплины (модуля)	Код компетенции ПК-8 Знать: - способы продвижения и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий; - место PR в современном менеджменте и предпринимательстве; - направления деятельности PR; - методы и формы и средства PR. Уметь: - продвигать и реализовывать туристский продукт с использованием информационных и коммуникативных технологий; - организовывать PR-компании; - поэтапно создавать имидж объектов PR; - создавать бренд. Владеть: - способами оценивания эффективности Publicity PR; - методикой анализа Publicity PR; - навыками манипулятивного воздействия; - методами и средствами PR; - тактикой и приемами противодействия провокации. Код компетенции ПК-9 Знать: - современные концепции построения и введение коммуникаций организации с общественностью; - цели, методы, формы и конкретные инструменты планирования и реализации отношений организации со средствами массовой информации, с широкой общественностью, с потребителями, занятыми, с государственными структурами и местной общественностью, финансовым и деловым сообществом; - реляционные и информационные темы сообщений в управленческих коммуникациях. Уметь: - использовать знания PR в своей профессиональной области; - решать задачи стратегического менеджмента и маркетинга средствами публичных отношений; - организовывать программы и кампании PR в мезосреде фирмы; - конструировать и поддерживать макроимидж фирмы;

	управлять информацией. Владеть: - навыками разработки ПР-мероприятий; - способностью осуществлять внутренние и внешние профессиональные коммуникации
Трудоемкость, з.е.	3 з.е.
Форма отчетности	Зачет – 7 семестр
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1.Лисевич А.В. Маркетинговые технологии в туризме [Электронный ресурс]: учебное пособие для ССУЗов/ Лисевич А.В., Лунтова Е.В., Джалай М.А.— Электрон. Текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2016.— 68 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/44182 .— ЭБС «IPRbooks», по парол
Дополнительная литература	1. Маслова, В.М. СфераPRвмаркетинге :учебноепособие / В.М. Маслова, И.М. Синяева, В.В. Синяев. - М. :Юнити-Дана, 2015. - 384 с.