

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный
университет им. Н. И. Лобачевского»

Институт международных отношений и мировой истории
(факультет / институт / филиал)

УТВЕРЖДЕНО
решением учёного совета ННГУ
протокол от
«___» _____ 2022 г. № ___

Рабочая программа дисциплины
Б1.В.ДВ.04.02 PR-технологии в туристическом бизнесе
(наименование дисциплины)

Уровень высшего образования
бакалавриат

(бакалавриат / магистратура / специалитет)

Направление подготовки / специальность
43.03.02 «Туризм»

(указывается код и наименование направления подготовки / специальности)

Направленность образовательной программы
Международный и деловой туризм

(указывается профиль / магистерская программа / специализация)

Форма обучения
очная

(очная / очно-заочная / заочная)

Нижний Новгород
2022 год

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплинам по выбору, в соответствии с профилем подготовки бакалавра по профессиональной образовательной программе направления 43.03.02 «Туризм».

1. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесённые с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	
ПКР-4. Способен продвигать региональные туристские кластеры на внутренний и международный рынок	ПКР-4.1. Определяет цели продвижения	<i>Знать</i> основные понятия продвижения товаров и услуг в сфере туризма; <i>Уметь</i> определять цели продвижения товаров и услуг в сфере туризма; <i>Владеть</i> навыками определения цели продвижения товаров и услуг в сфере туризма.	тестовые задания, собеседование, практическое задание, презентация, доклад, кейс-задача, деловая игра
	ПКР-4.2. Обосновывает виды и средства продвижения.	<i>Знать</i> основные виды и средства продвижения товаров и услуг в сфере туризма; <i>Уметь</i> обосновывать виды и средства продвижения товаров и услуг в сфере туризма; <i>Владеть</i> навыками применения на практике обоснованных видов и средств продвижения товаров и услуг в сфере туризма.	
	ПКР-4.3. Осуществляет оценку эффективности мероприятий по продвижению	<i>Знать</i> теоретические основы оценки эффективности мероприятий по продвижению товаров и услуг в сфере туризма; <i>Уметь</i> осуществлять оценку эффективности мероприятий по продвижению товаров и услуг в сфере туризма; <i>Владеть</i> навыками оценки эффективности мероприятий по продвижению товаров и услуг в сфере туризма.	

2. Структура и содержание дисциплины

2.1. Трудоемкость дисциплины

	очная форма обучения
Общая трудоемкость	2 ЗЕТ
Часов по учебному плану	72
в том числе	
аудиторные занятия (контактная работа):	
- занятия лекционного типа	16
- занятия семинарского типа	16
самостоятельная работа	39
Контактная работа в рамках промежуточной аттестации в форме КСР (контроля самостоятельной работы)	1

Подготовка к промежуточной аттестации (экзаменам)	
Промежуточная аттестация	зачет

2.2. Содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины, форма промежуточной аттестации по дисциплине	Всего (часы)	В том числе			
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы, из них			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Занятия лекционно-го типа	Занятия семинарского типа	Всего	
Тема 1. PR как коммуникативная деятельность	10	2	2	4	6
Тема 2. Коммуникативная среда предприятия социально-культурного сервиса и туризма.	10	2	2	4	6
Тема 3. Технологии PR	15	4	4	8	7
Тема 4. Планирование PR-кампаний. Проблемы оценки эффективности PR-программ	16	4	4	8	8
Тема 5. PR в формировании имиджа в сфере туризма	10	2	2	4	6
Тема 6. Антикризисные PR в туристическом бизнесе	10	2	2	4	6
В том числе текущий контроль (КСР)	1				
Итого	72	16	16	32	39

3.3 Содержание разделов дисциплины:

Тема 1. PR как коммуникативная деятельность. Социальные, экономические и политические причины современных форм связей с общественностью (паблик рилейшнз) в XX веке. Роль связей с общественностью в системе современного гражданского общества и рыночной экономики. Определение связей с общественностью (паблик рилейшнз), основные профессиональные термины. Теоретические и прикладные проблемы в связях с общественностью. Зарождение и развитие PR как профессиональной деятельности. Возникновение профессиональной практики PR в России.

Тема 2. Коммуникативная среда предприятия социально-культурного сервиса и туризма. Коммуникация как элемент жизнедеятельности туристической фирмы. Механизм коммуникации. Специфика маркетинговых коммуникаций в туристической фирме. Виды и формы коммуникации.

Тема 3. Технологии PR. Внутренние и внешние коммуникации туристической фирмы. Способы изучения внешней среды. Средства воздействия на внешнюю среду в PR-практике. Документы и мероприятия для журналистов.

Тема 4. Планирование PR-кампаний. Проблемы оценки эффективности PR-программ. Определение PR-кампании. Отличие PR-кампании от рекламной кампании. Средства PR-кампании. Постановка целей и задач PR-кампании в турбизнесе. Виды целей: корпоративные, маркетинговые, личные. Анализ ситуации. SWOT-анализ. Понятие целевой аудитории. Определение коммуникационных целей. Разработка стратегии и тактики кампании в туризме и гостиничном бизнесе. Специфика создания ключевых посланий. Критерии оценки эффективности результатов PR-кампании в турбизнесе.

Тема 5. PR в формировании имиджа в сфере туризма. Имидж турфирмы и гостиничного комплекса: структура и психологические факторы эффективности. Имидж структурных компонентов турбизнеса. Понятие фирменного стиля объектов турбизнеса. Основные стратегии управления репутацией объектов турбизнеса. Роль общественного мнения в поддержании позитивной репутации объектов турбизнеса.

Тема 6. Антикризисные PR в туристическом бизнесе. Основные причины возникновения кризисных ситуаций в сфере туризма. Типология кризисов в туристическом бизнесе. Оперативное реагирование на кризисную ситуацию в туристической сфере. Информирование о риске (защита репутации, противодействие слухам, организация кампаний в сфере связей с общественностью). Особенности информации в кризисных условиях туристского бизнеса. Коммуникации в ситуации кризиса.

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках занятий семинарского типа, контрольных работ по итогам изучения разделов дисциплины, работы над письменным докладом, групповых или индивидуальных консультаций.

Промежуточная аттестация проходит в традиционной форме зачета.

3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Цель самостоятельной работы – подготовка современного компетентного специалиста и формирование способностей и навыков к непрерывному самообразованию и профессиональному совершенствованию.

Самостоятельная работа является наиболее деятельным и творческим процессом, который выполняет ряд дидактических функций: способствует формированию диалектического мышления, вырабатывает высокую культуру умственного труда, совершенствует способы организации познавательной деятельности, воспитывает ответственность, целеустремленность, систематичность и последовательность в работе студентов, развивает у них бережное отношение к своему времени, способность доводить до конца начатое дело.

Работа над основной и дополнительной литературой.

Изучение рекомендованной литературы логичнее начинать с учебников и учебных пособий, а затем переходить к нормативно-правовым актам, научным монографиям, материалам периодических изданий и другим источникам информации. Конспектирование – одна из основных форм самостоятельного труда, требующая от студента активно работать с учебной литературой и не ограничиваться конспектом лекций.

Студент должен уметь самостоятельно подбирать необходимые материалы для учебной и научной работы. При этом следует обращаться к предметным каталогам и библиографическим справочникам, которые имеются в библиотеках, а также уметь пользоваться поисковыми системами в интернете.

Для аккумуляции информации по изучаемым темам рекомендуется формировать личный архив, а также каталог используемых источников. Подобная работа будет весьма продуктивной с точки зрения формирования библиографии в деле изучения других дисциплин и для последующего написания выпускной квалификационной работы.

Изучение тем самостоятельной подготовки

Особое место отводится самостоятельной проработке студентами отдельных тем по изучаемой дисциплине. Такой подход вырабатывает у студентов инициативу, стремление к увеличению объема знаний, выработке умений и навыков всестороннего овладения способами и приемами профессиональной деятельности. Изучение вопросов очередной темы требует усвоения необходимых теоретических положений, определение проблемных моментов, ориентирования в соответствующих фактах и событиях, и способности их обобщать и анализировать.

Подготовка к выступлениям на семинарских занятиях.

На семинарских занятиях в своем выступлении студент должен уметь последовательно излагать свои мысли и аргументировано их отстаивать. Для достижения этой цели необходимо ознакомиться с соответствующей темой в рамках изучаемой дисциплины, с

вопросами, вынесенными на семинарские занятия; изучить рекомендованные материалы по данной теме, в том числе и лекционные; осмыслить круг смежных вопросов, связанных с рассматриваемой проблемой и логику их рассмотрения; подготовить краткое выступление по каждому из вынесенных на семинарское занятие вопросу.

Вопросы для обсуждения на семинарских занятиях.

Тема 1. PR как коммуникативная деятельность.

1. Есть ли в России PR (связи с общественностью)? Какие формы они принимают?
2. В чем состоит разница между PR и приказом?
3. Что бы вы могли сказать о подходах к определению PR?
4. К какого рода дисциплинам принадлежит PR?
5. Как соотносятся категории: «PR», «журналистика», «пропаганда», «маркетинг», «реклама»?
6. Какие виды PR развиваются сейчас в России?
7. Какие формы PR являются наиболее перспективными на Западе?
8. Какова цель PR?
9. В каком году была основана международная ассоциация по PR?

Тема 2. Коммуникативная среда предприятия социально-культурного сервиса и туризма.

1. Перечислите исторически сложившиеся виды убеждающей коммуникации.
2. Зачем осуществлять PR-деятельность?
3. Каково социально-психологическое обоснование PR-деятельности?
4. Каков механизм PR-деятельности?
5. Что следует помнить при подготовке сообщения?
6. Как выглядит формула организации PR-деятельности, способствующая повышению эффективности посланий?
7. Охарактеризуйте модели коммуникации Дж. Грунига и Т. Ханта.

Тема 3. Технологии PR.

1. Охарактеризуйте модель коммуникаций И. Эвен-Зохара.
 2. Перечислите возможные варианты оформления профессиональных сообщений.
 3. Назовите элементарные операции PR. Приведите примеры элементарных PR-операций: присоединения, дистанцирования и изменения отношения.
 4. В чем суть операций присоединения и дистанцирования?
 5. В рамках каких функций характеризуется изменение отношения?
 6. Назовите характеристики вербальной сферы.
 7. В чем заключается стратегия коммуникативной работы?
 8. Кого называют лидерами мнений? В чем сущность модели «Лидеры мнений»?
 9. Как происходит изменение мнений?
 10. Какие три слагаемых предлагает использовать Д. Карнеги при подготовке материала и произнесении речей?
 11. В чем особенности и отличия выступлений на радио и телевидении?
 12. Какую информацию несет в себе пресс-релиз?
 13. Назовите основные правила написания пресс-релиза.
 14. Спичрайтер — это профессия или искусство?
 15. Что такое пресс-конференция и как ее лучше проводить?
 16. Что такое презентация? В чем основные отличия презентации и прессконференции?
- В каких случаях лучше использовать презентацию?
17. Для чего предназначен пресс-кит?

Тема 4. Планирование PR-кампаний. Проблемы оценки эффективности PR-программ.

1. В чем сущность программного подхода к PR-деятельности?
2. Опишите структуру PR-отдела. Чем она определяется?
3. Какие методы исследования используются в PR?
4. Перечислите функции PR-службы в фирме.
5. Кого в PR-агентстве называют креативным директором?
6. Почему возникает потребность в выработке универсальных стандартов и критериев оценки эффективности PR?
7. Почему оценить эффективность PR-кампании достаточно сложно? Какие крайние точки зрения на возможность оценки эффективности PR распространены среди специалистов?
8. В чем суть методики EAV?
9. Какую методику измерения эффективности PR предлагает Г. Тульчинский? В чем ее преимущества и возможные недостатки?
10. Как можно оценить эффективность внутрикорпоративных коммуникаций крупной компании?
11. В чем заключается суть и оригинальность подхода немецких специалистов к измерению эффективности PR?

Тема 5. PR в формировании имиджа в сфере туризма.

1. Для чего нужен имидж? Каково его содержание?
2. Почему именно имидж становится реальным средством воздействия на массовое сознание?
3. В чем заключаются проблемы имиджа российского бизнеса?
4. Охарактеризуйте использование типов имиджевых характеристик в PR.
5. С какими типами имиджа имеет дело специалист по PR?
6. Назовите составляющие корпоративного имиджа.
7. В чем суть модели имиджа, предложенной АН. Чумиковым?
8. Назовите основные приемы конструирования имиджа.
9. Как узнать, насколько удачно выбран имидж того или иного человека или компании? Насколько вы будете реагировать на него, т. е. эффективно ли он выбран?
10. Какие шаги вы сами предпримете для того, чтобы создать тот или иной имидж.
11. Проанализируйте высказывание: «половину жизни работаешь на имя, а потом имя работает на тебя. В каких областях деятельности это выражение может стать правилом?
12. В чем заключается политика информационной открытости?

Тема 6. Антикризисные PR в туристическом бизнесе.

1. Какими параметрами характеризуется кризисная ситуация?
2. Назовите типичные кризисы, с которыми сталкивается любая фирма?
3. Какие типы кризисов с точки PR выделяет С. Блэк?
4. Вспомните несколько примеров «позитивных» и «негативных» кризисов.
5. Как влияет интенсивность информационного сопровождения на течение кризиса?
6. Как происходит подготовка к кризисам? Назовите основные составляющие программы по управлению кризисами, которую предлагает П. Грин.
7. Как сохранить и восстановить репутацию во время кризиса?
8. Какие ошибочные действия во время кризиса необходимо избегать PR-специалистам?
9. В чем заключаются особенности психологического восприятия информации в условиях кризиса?

Самостоятельная работа студента при подготовке к зачету.

Контроль выступает формой обратной связи и предусматривает оценку успеваемости студентов и разработку мер по дальнейшему повышению качества подготовки современных специалистов.

Итоговой формой контроля успеваемости студентов по учебной дисциплине «PR-технологии в туристическом бизнесе» является зачет.

Бесспорным фактором успешного завершения очередного модуля является кропотливая, систематическая работа студента в течение всего периода изучения дисциплины (семестра). В этом случае подготовка к зачету будет являться концентрированной систематизацией всех полученных знаний по данной дисциплине.

В начале семестра рекомендуется внимательно изучить перечень вопросов к зачету по данной дисциплине, а также использовать в процессе обучения программу, другие методические материалы, разработанные кафедрой по данной дисциплине. Это позволит в процессе изучения тем сформировать более правильное и обобщенное видение студентом существа того или иного вопроса за счет:

- а) уточняющих вопросов преподавателю;
- б) самостоятельного уточнения вопросов на смежных дисциплинах;
- в) углубленного изучения вопросов темы по учебным пособиям.

Кроме того, наличие перечня вопросов в период обучения позволит выбрать из предложенных преподавателем учебников наиболее оптимальный для каждого студента, с точки зрения его индивидуального восприятия материала, уровня сложности и стилистики изложения.

После изучения соответствующей тематики рекомендуется проверить наличие и формулировки вопроса по этой теме в перечне вопросов к экзамену, а также попытаться изложить ответ на этот вопрос. Если возникают сложности при раскрытии материала, следует вновь обратиться к материалам практических занятий, уточнить терминологический аппарат темы, а также проконсультироваться с преподавателем.

Изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет

Ресурсы Интернет являются одним из альтернативных источников быстрого поиска требуемой информации. Их использование возможно для получения основных и дополнительных сведений по изучаемым материалам. В рамках изучения дисциплины «PR-технологии в туристическом бизнесе» рекомендуется обратить особое внимание на ресурсы, перечисленные в перечне Интернет-ресурсов в п.5.

Подготовка к контрольным работам.

На семинарских занятиях предусмотрено написание контрольных работ, предполагающих итоговый контроль по одному или нескольким разделам дисциплины. Контрольные работы, представляют собой тестовые задания и вопросы открытого типа, призванные проверить усвоение студентами соответствующих знаний, умений и навыков в рамках изучения тем дисциплины.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в п. 6.2.

4. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю),
включающий:

4.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	Шкала оценивания сформированности компетенций						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	Не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько незначительных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения, Решены все основные задачи с отдельными незначительными недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами.	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами.	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач.

Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	Превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно»
	Отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
	Очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
	Хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»

	Удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	Неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
	Плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

Критерии для оценивания результатов тестирования

В процессе проведения тестирования преподаватель внимательно следит за тем, чтобы обучающиеся выполняли задания самостоятельно и не мешали друг другу.

«превосходно» - 96-100% правильных ответов;

«отлично» – 86-95% правильных ответов;

«очень хорошо» - 81-85% правильных ответов;

«хорошо» – 66-80% правильных ответов;

«удовлетворительно» – 56-65% правильных ответов.

«неудовлетворительно» - 46-55% правильных ответов;

«плохо» - 45% и меньше правильных ответов.

Критерии для оценивания выполненных практических заданий

Решение практических заданий включает: изучение условий задачи (описанной ситуации) и ответы на поставленные в задании вопросы.

При выполнении данного задания обучающемуся необходимо использовать теоретический материал изучаемой дисциплины и обосновывать с его помощью свой ответ.

Перед ответом на поставленные в задании вопросы, обучающемуся необходимо внимательно ознакомиться с условиями задачи, выявив значимые для нахождения решения обстоятельства.

Оценка	Уровень подготовленности, характеризуемый оценкой
Превосходно	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного и дополнительного материала
Отлично	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного материала
Очень хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание материала, допущено не более 2 неточностей не принципиального характера
Хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, допущены неточности не принципиального характера, но обучающийся показывает систему знаний по теме своими ответами на поставленные вопросы
Удовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено более 50% поставленных задач), но обучающийся допускает ошибки, нарушена последовательность ответа, но в целом раскрывает содержание основного материала
Неудовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено менее 50% поставленных задач), обучающийся дает неверную информацию при ответе на поставленные задачи, допускает грубые ошибки при толковании материала, демонстрирует незнание основных терминов и понятий.
Плохо	Задание не выполнено, обучающийся демонстрирует полное незнание материала

Для оценивания результатов представления докладов используется следующая шкала:

Оценка	Уровень подготовленности, характеризуемый оценкой
Превосходно	Доклад соответствует выбранной теме, студент ссылается на авторитетных авторов, использует достоверные источники информации, аргументированно отстаивает свою точку зрения. Презентация отвечает критериям аналитичности, лаконичности, информативности. Студент способен выразить идею ясно, сделать необходимые выводы и прогнозы.
Отлично	Доклад соответствует выбранной теме, студент ссылается на авторитетных авторов, использует достоверные источники информации. Студент высказывает свою точку зрения по всему спектру затрагиваемых проблем. Презентация отвечает критериям аналитичности, лаконичности, информативности. Студент способен выразить идею ясно, сделать необходимые выводы.
Очень хорошо	Доклад соответствует изучаемой теме, студент корректно излагает идеи современных авторов. Однако авторская позиция просматривается. Работа не перегружена информацией общего характера. Студент способен выразить частные суждения, поднимается до обобщений. Выводы дают целостное представление о проделанной работе.
Хорошо	Доклад соответствует изучаемой теме, студент корректно излагает идеи современных авторов. Однако авторская позиция просматривается с трудом. Работа перегружена информацией общего характера. Студент способен выразить частные суждения, но не поднимается до обобщений. Выводы фрагментарны и не дают целостного представления о проделанной работе.
Удовлетворительно	Доклад соответствует изучаемой теме, но не в полной мере раскрывает ее, студент не ссылается на авторитетных авторов, использует недостоверные источники информации. Студент с трудом выражает свою мысль, выводы не вытекают из сказанного.
Неудовлетворительно	Доклад не соответствует изучаемой теме, не в полной мере раскрывает ее, студент не ссылается на авторитетных авторов, использует недостоверные источники информации. Студент с трудом выражает свою мысль, выводы не вытекают из сказанного.
Плохо	Доклад не соответствует изучаемой теме или не раскрывает ее содержания.

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения

4.2.1. Контрольные вопросы, выносимые на зачет

Вопросы	Код формируемой компетенции
1. Поле деятельности и востребованность специалиста по PR в современной России.	ПКР-4
2. Основные подходы к определению PR. PR и другие науки. Журналистика, реклама, пропаганда, маркетинг.	ПКР-4
3. Сфера применения пиар. Примеры. Качество специалиста в области PR. Функции и должностные обязанности специалиста в области PR.	ПКР-4
4. Модели коммуникации. Обобщение развития модели коммуникации Дж. Грунингом и Т. Хантом.	ПКР-4
5. Распространение информации в человеческой среде: лидеры мнений, методы их определения.	ПКР-4
6. Пресс-конференция. Особенности подготовки. Пресс-релиз.	ПКР-4
7. Презентация: их роль, особенности организации и проведения.	ПКР-4
8. Сущность менеджмента новостей на примере какого-либо события.	ПКР-4
9. Профессия «спин-доктор». Деятельность спин-доктора в новостной плоскости. Примеры.	ПКР-4
10. Менеджмент новостей: жизненный цикл события. Механизмы управления новостной информацией.	ПКР-4
11. Менеджмент новостей. Приемы конструирования новостную информации. Техника «новость в трёх предложениях».	ПКР-4
12. Продвижение новостей: оптимизации формы и стиля подачи новостного материала. Примеры.	ПКР-4
13. Слухи, их распространение и борьба с ними.	ПКР-4

14. Управление имиджем. Определение имиджа. Конструирование имиджа организации.	ПКР-4
15. Управление имиджем. Определение имиджа. Типы имиджевых характеристик. Конструирование имиджа отдельного человека.	ПКР-4
16. Управление имиджем: инструментарий имиджмейкера.	ПКР-4
17. Понятие кризисной ситуации. Классификация и типология кризисов.	ПКР-4
18. Подготовка кризисом, действия PR-команды в кризисных условиях. Типичные ошибки руководители во время кризиса.	ПКР-4
19. Особенности психологического восприятия информации условиях кризиса.	ПКР-4
20. PR компании и её составляющие. Программный подход. Формула RACE.	ПКР-4
21. Служба PR организации: функции, структура. Примеры.	ПКР-4
22. Специализированные PR фирмы: признаки формирования специализации, структура. Примеры.	ПКР-4
23. Бизнес PR.	ПКР-4
24. Внутренние и корпоративные PR.	ПКР-4

4.2.2. Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенции ПКР-4:

1. Какова история возникновения связей с общественностью как сферы деятельности?

- А) PR зародились в России в период сталинизма.
- Б) PR зародились в США более ста лет назад.
- В) PR зародились в Японии двести лет назад.

2. Каковы социальные функции PR?

- А) PR гармонизируют отношения в обществе.
- Б) PR не имеют социальных функций.
- В) PR – чисто политическое явление.

3. Как соотносятся понятия «реклама» и PR?

- А) Они несовместимы.
- Б) PR – вид рекламы.
- В) PR - разновидность менеджмента, часто использует рекламу для достижения поставленных целей.

4.2.3. Типовые задания/задачи для оценки сформированности компетенции ПКР-4:

Проанализируйте коммуникационные потоки организации, с которой вы связаны (работаете, учитесь, проходите стажировку и пр.). Определите, можно ли их признать удовлетворительными? Разработайте комплекс средств коммуникации, который необходим для эффективного осуществления связей с общественностью. Что необходимо изменить, чтобы предложенная вами система заработала?

4.2.4. Вопросы для собеседования, письменных ответов в контрольных работах для оценки компетенции ПКР-4:

- 1. Охарактеризуйте модель коммуникаций И. Эвен-Зоухара.
- 2. Перечислите возможные варианты оформления профессиональных сообщений.
- 3. Назовите элементарные операции PR. Приведите примеры элементарных PR-операций: присоединения, дистанцирования и изменения отношения.
- 4. В чем суть операций присоединения и дистанцирования?

4.2.5. Темы докладов:

1. Поле деятельности и востребованность специалиста по PR в индустрии туризма.
2. Распространение информации в человеческой среде: лидеры мнений, методы их определения.
3. Распространение информации в человеческой среде: диффузная теория и теория изменения мнений.
4. Менеджмент новостей: способы создания, совершенствования и продвижения новости. Примеры.
5. Слухи, их распространение и борьба с ними.
6. Управление имиджем турфирмы. Роль корпоративной философии и фирменной истории.
7. Имидж предприятия индустрии туризма.
8. Мифология как метод воздействия на потребителя информации.
9. Управление кризисом на предприятии социально-культурного сервиса и туризма.
10. PR-кампания для предприятия социально-культурного сервиса и туризма.

5.2.6. Деловая игра для для оценки компетенции ПКР-4:

Ролевая игра «Суд над PR»

Цель игры: сформировать отношение слушателей к современным PR.

Группа делится на 3 подгруппы: обвинители, адвокаты и судьи. При «выпадении» 1-2 человек из процесса (например, их нежелание работать) им дается персональное задание написать 5 причин, по которым один из них стал заниматься PR, а другой(ие) ни за что не связали бы свою жизнь с PR, не выбрали бы эту специальность. Впоследствии их можно будет использовать в качестве свидетелей.

Одна из групп становится «обвинителями», и их задача – набрать как можно больше фактов, что PR приносит гораздо больше вреда, чем пользы. Задача второй группы – «защиты» — предоставить суду как можно больше фактов и аргументов в пользу PR, в подтверждение ее полезности, эффективности и необходимости в современном обществе.

Третья группа – «присяжные заседатели» призвана сделать мотивированное заключение по результатам слушаний. Ее задача на этапе внутригрупповых обсуждений – попытаться самим взвесить все «за» и «против», в процессе выступлений – внимательно слушать и замечать сильные и слабые стороны в выступлениях команд, а после публичных выступлений вынести вердикт: «Имеет ли PR право на существование» и проанализировать, какая команда выступала лучше, как были построены выступления команд, что понравилось/не понравилось присяжным.

Преподавателю достается роль судьи. Его задача объявлять порядок выступлений, заострять внимание на более важных и дискуссионных моментах, и подводить окончательные итоги.

5.2.7. Кейс-задача для для оценки компетенции ПКР-4:

Кейс. Эмигрировавший из Англии Вильям Проктер и путешествовавший ирландец Джеймс Гэмбл закончили свои странствия в Цинциннати: у Вильяма тяжело заболела жена, а Джеймсу самому потребовалось медицинское обследование. Вскоре после смерти жены Проктер открывает небольшую фабрику по изготовлению свечей, а Гэмбл становится мыловаром. Молодые люди, возможно, никогда бы не встретились, если бы не женились на двух сестрах – Оливии и Елизавете Норрис, чей отец и убедил своих зятьев стать партнерами. И в 1837 году по совету Александра Норриса было положено начало предприятию под названием «Проктер энд Гэмбл» - компании, которая в начале XXI века продавала продукцию в 140 странах мира и имела более 140 тысяч работников.

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Чумиков А.Н., Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции [Электронный ресурс]: учебное пособие / Чумиков А.Н., Бочаров М.П., Самойленко С.А. - М.: Дело, 2016. - 520 с. - ISBN 978-5-7749-1135-6 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785774911356.html>
2. Чумиков А.Н., Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] / Чумиков А.Н. - М. : Аспект Пресс, 2016. - 159 с. (Серия "Учебник нового поколения") - ISBN 978-5-7567-0819-6 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708196.html>
3. Рева В.Е., Управление репутацией [Электронный ресурс]: Учебное пособие / Рева В.Е. - М. : Дашков и К, 2018. - 136 с. - ISBN 978-5-394-02209-8 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394022098.html>
4. Шарков Ф.И., Правовые основы коммуникации: в рекламе, связях с общественностью, журналистике: учебное пособие [Электронный ресурс] / Шарков Ф.И., Захарова В.И. - М. : Проспект, 2016. - 224 с. - ISBN 978-5-392-19922-8 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392199228.html>

б) дополнительная литература:

1. Минаева Л.В., Связи с общественностью. Составление документов: Теория и практика [Электронный ресурс]: Учеб. пособие для студентов вузов / Минаева Л.В. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 320 с. - ISBN 978-5-7567-0642-0 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756706420.html>
2. Минаева Л.В., Внутрикorporативные связи с общественностью. Теория и практика [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для студентов вузов / Л. В. Минаева. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 287 с. - ISBN 978-5-7567-0585-0 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705850.html>
3. Гринберг Т.Э., Политические технологии [Электронный ресурс]: Учеб. пособие для студентов вузов / Гринберг Т.Э. - М. : Аспект Пресс, 2018. - 272 с. - ISBN 978-5-7567-0952-0 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756709520.html>
4. Шарков Ф.И., Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике [Электронный ресурс] / Шарков Ф. И. - М. : Дашков и К, 2014. - 336 с. - ISBN 978-5-394-00783-5 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394007835.html>
5. Селиверстова Ю.А. PR-деятельность в туристическом бизнесе: учебно-метод. пособие для бакалавров 43.03.02 «Туризм» / Ю.А. Селиверстова. - Нижний Новгород: Изд-во ННГУ, 2016. – 57 с. http://www.unn.ru/books/met_files/Seliver-pos.pdf

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины)

Сведения о лицензионном обеспечении:

Аудитория	Оборудование/ПО	Документ
103	Рабочая станция AMD FX-6100, клавиатура - Oklich320M, мышь - A4Tech OP-720/ Windows8.1 PRO, Microsoft office 2013 – 5 шт.	Товарная накладная КМСП-42381 от 18.11.2013, акт приема-передачи прав № КМСП-42590 от 18.11.2013 Windows8.1 PRO: 00261-80403-57839-AA190 00261-80403-57839-AA389 00261-80403-57839-AA131 00261-80403-57839-AA623 00261-80403-57839-AA801 Microsoft office 2013: 00216-576000-47723-AA738 00216-57600- 47723-AA240

		00216-576000-47723-AA518 00216-576000-47723-AA366 00216-576000-47723-AA086 <u>Свободно распространяемое ПО:</u> GIMP 2, Adobe Flash Player, Inkscape, Adobe Acrobat Reader DC, Opera, DjVu
	Рабочая станция DELL Vostro 3900 MTi3-4170 3.7GHz 4Gb 500GbGF705-2GbDVDRW / Windows 10 домашняя, Microsoft Office 2016 – 1 шт.	Товарная накладная 0400,1 от 12.07.2016 Windows 10 домашняя: 0326-10860-24031-AA693 Microsoft Office 2016: 00340-93324-12686-AA829 <u>Свободно распространяемое ПО:</u> GIMP 2, Adobe Flash Player, Inkscape, Adobe Acrobat Reader DC, Opera, DjVu
	Ноутбук Lenovo 15.6" B590G / Windows8.1 PRO, Microsoft Office 2013 – 1 шт.	Товарная накладная КМСП-42381 от 18.11.2013, Акт приема-передачи прав № КМСП-42590 от 18.11.2013 Windows8.1 PRO: 0178-50437-49151-AA242 Microsoft office 2013: 00216-576000-47723-AA662 <u>Свободно распространяемое ПО:</u> GIMP 2, Adobe Flash Player, Inkscape, Adobe Acrobat Reader DC, Opera, DjVu
107 (портативное оборудование)	Ноутбук Lenovo 15.6" B590G / Windows8.1 PRO, Microsoft office 2013 – 3 шт.	Товарная накладная КМСП-42381 от 18.11.2013, Акт приема-передачи прав № КМСП-42590 от 18.11.2013 Windows8.1 PRO: 00178-50437-49151-AA944 00178-50437-49151-AA825 00178-50437-49151-AA293 Microsoft office 2013: 00216-57600-47723-AA877 00216-57600-47723-AA856 00216-57600-47723-AA634
207 (аудитория для самостоятельной подготовки)	Windows Vista Business – 6 шт.	Товарная накладная №36 от 29.01.2009, акт №36 от 29 января 2009 Windows Vista Business (1 лицензия на 6 компьютеров): 89576-236-0200005-71680 Консультант+ (некоммерческая интернет-версия) <u>Свободно распространяемое ПО:</u> Adobe Flash Player, Adobe Acrobat Reader, Chrome, Firefox, DjVu
303	Рабочая станция Intel Core i5-3570K, клавиатура - Oklich320M, мышь - A4Tech OP-720 3D/ Windows8.1 PRO, Microsoft Office 2013 – 3 шт.	Товарная накладная КМСП-42381 от 18.11.2013, акт приема-передачи прав № КМСП-42590 от 18.11.2013 Windows 8.1 PRO: 00261-80403-57839-AA873 00261-80403-57839-AA208 00261-80403-57839-AA646 Microsoft office 2013: 00216-57600-47723-AA738 00216-57600-47723-AA240 00216-57600-47723-AA831
	Рабочая станция DELL Vostro 3900 MTi3-4170 3.7GHz 4Gb 500GbGF705-	Товарная накладная 0479 от 24.08.2016

	2GbDVDRW/ Windows 10 домашняя, Microsoft Office 2016 – 1 шт.	Windows 10 домашняя: 003273035957005-AAOEM Microsoft office 2016: 00340-80000-00000-AA71
320	Ноутбук DELL Inspiron/ Windows 10 домашняя, Microsoft Office 2016 – 1 шт.	Товарная накладная 0400,1 от 12.07.2016 Windows 10 домашняя: 00327-43218-13268-AAOEM Microsoft office 2016: 00340-933324-12686-AA80

Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

1. Современные проблемы сервиса и туризма // Режим доступа: <http://spst-journal.org>
<https://elibrary.ru/titles.asp>
2. Сервис PLUS // Режим доступа: <http://www.service.plus/jour> <https://elibrary.ru/titles.asp>
3. Портал специалистов по рекламе, маркетингу, PR [электронный ресурс] // www.sostav.ru
4. Сайт Российской Ассоциации по Связям с Обществом (РАСО) [электронный ресурс] // www.raso.ru
5. Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] // www.advertology.ru
6. Федеральный Закон РФ о рекламе от 13.03.2006 N 38-ФЗ [электронный ресурс] / <http://www.consultant.ru/popular/advert/>
7. Федеральный закон РФ о СМИ [электронный ресурс] // <http://www.sovetnik.ru/documents/smi/>
8. АКАР (Ассоциация коммуникационных Агентств России) [электронный ресурс] <http://www.akarussia.ru/>

6. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: экран, проектор.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду ННГУ.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО ННГУ по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» (уровень бакалавриата).

Автор (ы)

к.п.н., доцент кафедры прикладного политического анализа и моделирования

Ю.А. Селиверстова

Рецензент (ы)

Заведующий кафедрой