

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**

Кафедра «История»

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«PR в предпринимательской деятельности»

Направление подготовки:	43.03.02 – Туризм
Профиль:	Управление и проектирование туризма (по видам транспорта)
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Форма обучения:	очная
Год начала подготовки	2020

1. Цели освоения учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины «PR в предпринимательской деятельности» является получение студентами базовых представлений о роли связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике, важнейших этапах истории зарождения, становления и развития рекламы и связей с общественностью как профессии, науки и отрасли бизнеса.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина "PR в предпринимательской деятельности" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПКР-8	Способен в соответствии с принципами сервиса, нормами поведения и стандартами обслуживания, осуществлять эффективные коммуникации с клиентами и поставщиками услуг
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет

3 зачетных единиц (108 ак. ч.).

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины «PR в предпринимательской деятельности» осуществляется в форме лекций и практических занятий. Лекции проводятся в традиционной классно-урочной организационной форме, по типу управления познавательной деятельностью и на 100 % являются традиционными классически-лекционными (объяснительно-иллюстративные). Практические занятия в объёме 32 часов организованы в традиционной объяснительно-иллюстративных технологии. Часть практического курса выполняется в виде традиционных практических занятий - устный опрос, другая - заслушивание и обсуждение доклада, является формой диалогового обучения, в ходе которого осуществляется взаимодействие как между студентом и преподавателем, так и между самими студентами. Проблемный доклад выполняется студентом под руководством преподавателя на утверждённую тему и представляется с использованием мультимедийных средств (презентации). Презентация служит эффективным способом донесения информации и позволяет наглядно представить содержание, выделить и проиллюстрировать сообщение и его содержательные функции. Презентация к докладу по дисциплине включает как текстовые слайды, содержащие основные определения, главные характеристики выступления, таблицы и т.п., так и иллюстративные - фото, рисунки, аудио и видео фрагменты, полнее раскрывающие тему доклада. Самостоятельная работа студента в объёме 24 часов организована с использованием традиционных видов работы. К традиционным видам работы относятся отработка лекционного материала и отработка отдельных тем по учебным пособиям,

подготовка к устному опросу, подготовка доклада, а также, подготовка к текущему и промежуточному контролю. Оценка полученных знаний, умений и навыков основана на модульно-рейтинговой технологии. Весь курс разбит на 4 раздела, представляющих собой логически завершённый объём учебной информации. Фонды оценочных средств освоенных компетенций включают как вопросы теоретического характера для оценки знаний (устные опросы, тестирование), так и задания практического содержания для оценки умений и навыков. Теоретические знания проверяются путём применения таких организационных форм, как подготовка доклада и его обсуждение. .

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

РАЗДЕЛ 1

МЕСТО СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В КОММУНИКАЦИОННЫХ СИСТЕМАХ

Теоретические основы связей с общественностью.

Нормативно-правовое регулирование рекламной и PR-деятельности в РФ

РАЗДЕЛ 2

ОСНОВЫ PR- КОММУНИКАЦИИ

Основные виды и формы в PR-деятельности.

Взаимодействие со СМИ как направление деятельности в связях с общественностью.

Организационно-технологическое обеспечение медиа рилейшнз.

Тестирование

РАЗДЕЛ 3

ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Организация PR-деятельности компании. PR-кампания и оценка эффективности.

РАЗДЕЛ 1

Подготовка и заслушивание докладов по теме 6

• Подготовка и заслушивание докладов по теме 6:

1. PR-кампания и ее составляющие.
2. Эмпирические социологические исследований в PR.
3. Исследование внешней коммуникативной среды методами количественного анализа.
4. Исследование внутрикорпоративных коммуникаций методами качественного анализа.
5. PR-служба в организации: функции, структура, состав.

• Устный опрос по вопросам по теме 7:

1. Бюджетирование в связях с общественностью.
2. Бизнес-план. Лимит затрат и прогнозирование прибыли.
3. Медиаплан и его составляющие.
4. Методы оценки эффективности PR.
5. Оценка эффективности PR- мероприятий и PR-кампании.

РАЗДЕЛ 4
ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ МЕТОДАМИ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И
УПРАВЛЕНИЕ ИМИДЖЕМ КОМПАНИИ

Тестирование

Корпоративное позиционирование компании. Позиционирование на рынке товаров и услуг средствами связей с общественностью.

Стратегия конструирования имиджа и инструменты имиджмейкинга.

РАЗДЕЛ 5

Промежуточная аттестация