

**Направление подготовки: «Туризм», бакалавриат, очное обучение**  
**Дисциплина: «Реклама и Связь с общественностью в сфере услуг»**

### **Аннотация**

***Трудоемкость:*** 4 ECTS, 144 академических часа.

***Форма итогового контроля:*** экзамен.

#### ***Краткое содержание***

Курс предназначен для студентов третьего курса бакалавриата по специальности «Туризм». Данный учебный курс является изложением основных проблем теории и практики связей с общественностью и рекламы. Курс состоит из 11 тем и знакомит с самим понятием «Связь с общественностью», дает основные представления о ее месте в современном обществе и влиянии на социально-экономические, духовно-культурные и политические процессы, происходящие в мире.

Основной целью курса является обучение работы с имиджем: как позиционировать новый объект или услугу, что делать для возвышения или удержания имиджа, а также что делать в случае риска понижения имиджа в кризисной ситуации. Курс ознакомливает также с одной из разновидностей PR – пропагандой (политический PR) на примерах нового направления – информационной войны в СМИ и соцсетях. Курс развивает навыки самостоятельного планирования PR-кампании, правильной постановки ее целей, выбора аудитории, коммуникативных источников, планирования бюджета и оценки эффективности. В процессе обучения слушатели узнают о механизмах взаимодействия со СМИ, учатся писать простейшие пресс-релизы, правильно проводить и организовывать пресс-конференции, выставки, семинары, а также овладевают основными приемами и навыками, которыми должен обладать специалист в области PR и рекламы.

#### ***Взаимосвязь с другими дисциплинами направления подготовки «Туризм»***

Курс «Реклама и Связь с общественностью в сфере услуг» относится к специальным дисциплинам, при этом тесно связан с такими науками, как: социология, психология, история, журналистика, филология, экономика. В нем также наличествуют межпредметные связи с основами рекламы, менеджментом и маркетингом.

#### ***Требования к исходным уровням знаний и умений студентов***

Для изучения данной дисциплины студент должен владеть начальными знаниями в области маркетинга, менеджмента, экономики, а также должен иметь навыки по анализу социальных процессов.