

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
"САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ"

Кафедра № 62

УТВЕРЖДАЮ

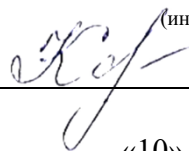
Руководитель образовательной программы

доц.,к. филос. н.

(должность, уч. степень, звание)

А.А. Карцева

(инициалы, фамилия)



(подпись)

«10» февраля 2026 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Организация связей с общественностью»

(Наименование дисциплины)

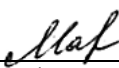
Код направления подготовки/ специальности	43.03.02
Наименование направления подготовки/ специальности	Туризм
Наименование направленности/ специализации	Технологии и организация туроператорских и турагентских услуг
Форма обучения	очно-заочная
Год приема	2026

Санкт-Петербург– 2026

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

ст. преподаватель
(должность, уч. степень, звание)

 09.02.2026
(подпись, дата)

М.Б. Капелюш
(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 62

«10» февраля 2026 г, протокол № 7

Заведующий кафедрой № 62

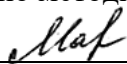
д.э.н., проф.
(уч. степень, звание)

 10.02.2026
(подпись, дата)

К.В. Лосев
(инициалы, фамилия)

Заместитель декана факультета №6 по методической работе

ст. преподаватель
(должность, уч. степень, звание)

 10.02.2026
(подпись, дата)

М.Б. Капелюш
(инициалы, фамилия)

Аннотация

Дисциплина «Организация связей с общественностью» входит в образовательную программу высшего образования – программу бакалавриата по направлению подготовки/специальности 43.03.02 «Туризм» направленности/специализации «Технологии и организация туроператорских и турагентских услуг». Дисциплина реализуется кафедрой «№62».

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника следующих компетенций:

ПК-3 «Способен к организации продвижения туристского продукта с использованием современных технологий и методов и управлению им»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с теоретическими и практическими аспектами разработки и реализации PR-стратегий в туристской индустрии; изучением инструментов формирования положительного имиджа туроператорских и турагентских услуг; освоением современных технологий коммуникации с целевыми аудиториями, включая digital-каналы; планированием и организацией специальных событий, работой со СМИ и медиапланированием, а также управлением репутацией и антикризисными коммуникациями в сфере туризма.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, семинары, самостоятельная работа обучающегося.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме зачета (8 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.

Язык обучения по дисциплине «русский».

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

1.1. Цели преподавания дисциплины «Организация связей с общественностью» формирование у обучающихся системных теоретических знаний и практических навыков в области управления коммуникациями, необходимых для эффективного продвижения туристского продукта, создания и поддержания положительного имиджа туроператорских и турагентских компаний, а также выстраивания долгосрочных доверительных отношений с потребителями, партнёрами и общественностью в условиях динамичной цифровой среды.

1.2. Дисциплина входит в состав части, формируемой участниками образовательных отношений, образовательной программы высшего образования (далее – ОП ВО).

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями или их частями. Компетенции и индикаторы их достижения приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень компетенций и индикаторов их достижения

Категория (группа) компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Профессиональные компетенции	ПК-3 Способен к организации продвижения туристского продукта с использованием современных технологий и методов и управлению им	ПК-3.3.1 знать современные технологии, методы и инновационные виды сервисной деятельности для удовлетворения основных потребностей туриста ПК-3.В.1 владеть навыками анализа и оценки эффективности проводимых мероприятий

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина может базироваться на знаниях, ранее приобретенных обучающимися при изучении следующих дисциплин:

- Маркетинг в профессиональной деятельности,
- Социальная психология,
- Управлением имиджем и репутацией в туризме,
- Интернет-маркетинг,
- Диджитал технологии в рекламе и связях с общественностью,
- Организация рекламной деятельности

Знания, полученные при изучении материала данной дисциплины, имеют как самостоятельное значение, так и используются при изучении других дисциплин:

- Потребительское поведение в туристской индустрии,
- Инновации в туризме,
- Технология формирования турпродукта,
- Производственная преддипломная практика,
- Государственная итоговая аттестация

3. Объем и трудоемкость дисциплины

Данные об общем объеме дисциплины, трудоемкости отдельных видов учебной работы по дисциплине (и распределение этой трудоемкости по семестрам) представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Объем и трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	Всего	Трудоемкость по семестрам
		№8
1	2	3
Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/ (час)	2/ 72	2/ 72
Из них часов практической подготовки	17	17
Аудиторные занятия, всего час.	34	34
в том числе:		
лекции (Л), (час)	17	17
практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)	17	17
лабораторные работы (ЛР), (час)		
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)		
экзамен, (час)		
Самостоятельная работа, всего (час)	38	38
Вид промежуточной аттестации: зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.)	Зачет,	Зачет,

4. Содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по разделам и видам занятий.

Разделы, темы дисциплины и их трудоемкость приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Разделы, темы дисциплины, их трудоемкость

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ) (час)	ЛР (час)	КП/КР (час)	СР (час)
Семестр 8					
Раздел 1. Теоретические основы связей с общественностью в туризме. Тема 1.1. Сущность и эволюция связей с общественностью. Тема 1.2. Функции и принципы PR в туристской индустрии. Тема 1.3. Правовые и этические основы PR-деятельности.	4	4	-	-	8
Раздел 2. Целевые аудитории и коммуникационные стратегии в туризме. Тема 2.1. Сегментация и анализ целевых аудиторий туристского рынка. Тема 2.2. Разработка ключевых сообщений и позиционирование турпродукта. Тема 2.3. Интегрированные маркетинговые коммуникации в туризме.	3	3	-	-	7

Раздел 3. Инструменты и технологии PR в туристской деятельности. Тема 3.1. Работа со СМИ: пресс-релизы, медиакиты, пресс-конференции. Тема 3.2. Digital-PR: социальные сети, блогеры, управление онлайн-репутацией. Тема 3.3. Специальные события: презентации, выставки, фестивали, пресс-туры.	4	4	-	-	8
Раздел 4. Управление репутацией и кризисные коммуникации в туризме. Тема 4.1. Формирование и поддержание имиджа туроператора / турагентства. Тема 4.2. Мониторинг и оценка репутации: методы и метрики. Тема 4.3. Антикризисные коммуникации: работа с негативной информацией и конфликтами.	3	3	-	-	7
Раздел 5. Планирование и оценка эффективности PR-кампаний в туризме. Тема 5.1. Этапы планирования PR-кампании: ситуационный анализ, постановка целей, стратегия. Тема 5.2. Бюджетирование, ресурсное обеспечение и календарное планирование. Тема 5.3. Критерии и методы оценки эффективности PR-мероприятий (KPI, медиаметрика).	3	3	-	-	8
Итого в семестре:	17	17			38
Итого	17	17	0	0	38

Практическая подготовка заключается в непосредственном выполнении обучающимися определенных трудовых функций, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4.2. Содержание разделов и тем лекционных занятий.

Содержание разделов и тем лекционных занятий приведено в таблице 4.

Таблица 4 – Содержание разделов и тем лекционного цикла

Номер раздела	Название и содержание разделов и тем лекционных занятий
1	Теоретические основы связей с общественностью в туризме – Сущность, функции и эволюция PR: определение, основные модели (пресс-агентства, общественной информации, двусторонняя асимметричная и симметричная). – Роль PR в туристской индустрии: отличие от рекламы и маркетинга, интегрированные коммуникации. – Правовое регулирование PR-деятельности в РФ: ФЗ «О рекламе», ФЗ «О СМИ», ФЗ «О защите прав потребителей»; международные и российские этические кодексы (Афинский кодекс IPRA, Российский кодекс профессиональных и этических принципов). – Специфика применения PR-технологий в сфере туризма: особенности целевой аудитории, сезонность, доверие к информации.
2	Целевые аудитории и коммуникационные стратегии в туризме

	– Сегментация туристского рынка и портретирование потребителей; методы анализа аудиторий (опросы, фокус-группы, мониторинг соцсетей). – Разработка ключевых коммуникационных сообщений: ценностные предложения, тональность, адаптация под разные сегменты. – Позиционирование туристского продукта и бренда: построение ассоциативных рядов, уникальное торговое предложение. – Интегрированные маркетинговые коммуникации (IMC) в туризме: синергия PR, рекламы, директ-маркетинга и промоакций.
3	Инструменты и технологии PR в туристской деятельности – Работа со СМИ: подготовка пресс-релиза, бэкграундера, факт-листа, медиаакта; проведение пресс-конференций и брифингов. – Digital-PR: использование социальных сетей (VK), работа с блогерами и лидерами мнений, управление онлайн-репутацией (ORM). – Специальные события в туризме: презентации новых направлений, инфотуры, пресс-туры, участие в выставках (например, МИТТ), организация фестивалей и мероприятий для клиентов. – Применение инструментов мониторинга и аналитики (система «Медиалогия», сервисы анализа соцсетей).
4	Управление репутацией и кризисные коммуникации в туризме – Формирование и поддержание корпоративного имиджа туроператора/турагентства: визуальная и вербальная айдентика, внутренний PR. – Мониторинг репутации: методы оценки, показатели (упоминаемость, тональность, медиаиндекс), анализ конкурентов. – Кризисные ситуации в туризме: типичные причины (отмена рейсов, природные катаклизмы, негативные отзывы), алгоритм антикризисного реагирования, работа с возражениями и негативом в соцмедиа. – Посткризисное восстановление репутации.
5	Планирование и оценка эффективности PR-кампаний в туризме – Этапы разработки PR-кампании: ситуационный анализ (SWOT, PEST), постановка целей по SMART, определение стратегии и тактики. – Бюджетирование и ресурсное обеспечение: структура затрат, распределение средств по каналам. – Календарное планирование (медиаплан, дорожная карта). – Ключевые показатели эффективности (KPI): количественные (число публикаций, охваты, вовлеченность) и качественные (тональность, доля голоса, индекс цитируемости). – Инструменты оценки: медиаметрика, опросы общественного мнения, анализ трафика и конверсий.

4.3. Практические (семинарские) занятия

Темы практических занятий и их трудоемкость приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Практические занятия и их трудоемкость

№ п/п	Темы практических занятий	Формы практических занятий	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Семестр 8					
1.	Правовые и этические аспекты PR в туризме: анализ кейсов и кодексов	Семинар-дискуссия с разбором реальных ситуаций (групповое обсуждение)	4	4	1
2.	Сегментация аудитории и разработка ключевых сообщений для турпродукта	Кейс-стади: анализ целевых групп, формулирование УТП и коммуникационных сообщений	3	3	2
3.	Создание PR-документов: пресс-релиз, медиакит, факт-лист	Практическая работа в малых группах (написание и защита документов)	4	4	3
4.	Антикризисные коммуникации в туристской компании: разработка плана реагирования	Деловая игра (ролевое моделирование кризисной ситуации и выработка решений)	3	3	4
5.	Разработка PR-кампании: от целей до KPI, бюджет и медиаплан	Проектное задание (групповая работа с презентацией результатов)	3	3	5
Всего			17		

4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 6.

Таблица 6 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

№ п/п	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Учебным планом не предусмотрено				
Всего				

4.5. Выполнение курсового проекта/ курсовой работы

Учебным планом не предусмотрено

4.6. Самостоятельная работа обучающихся

Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость приведены в таблице 7.

Таблица 7 – Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость

Вид самостоятельной работы	Всего, час	Семестр 8, час
1	2	3
Изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	20	20
Курсовое проектирование (КП, КР)	-	-
Расчетно-графические задания (РГЗ)	-	-
Выполнение реферата (Р)	-	-
Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ)	8	8
Домашнее задание (ДЗ)	-	-
Контрольные работы заочников (КРЗ)	-	-
Подготовка к промежуточной аттестации (ПА)	10	10
Всего:	38	38

5. Перечень учебно-методического обеспечения

для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся указаны в п.п. разделов 6-11.

6. Перечень печатных и электронных учебных изданий

Перечень печатных и электронных учебных изданий приведен в таблице 8.

Таблица 8– Перечень печатных и электронных учебных изданий

Шифр/ URL адрес	Библиографическая ссылка	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
URL: https://urait.ru/bcode/543309/p.1 «Режим доступа: для авторизованных пользователей».	Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 259 с.	
URL: https://urait.ru/bcode/540748/p.1 «Режим доступа: для авторизованных пользователей».	Чумиков, А. Н. Связи с общественностью и медиакommunikации : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 199 с.	
URL: https://e.lanbook.com/book/339494 «Режим доступа: для авторизованных пользователей».	Штейнберг, А. Г. Стратегические связи с общественностью: учебное	

	пособие / А. Г. Штейнберг. — Хабаровск: ДВГУПС, 2022. — 131 с.	
URL: https://znanium.ru/catalog/product/2062428) . – Режим доступа: по подписке.	Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии : учебное пособие для студентов вузов / под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство «Аспект Пресс», 2018. - 224 с.	
URL: https://znanium.ru/catalog/product/2238987 – Режим доступа: по подписке.	Архангельская, И. Б. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие / И. Б. Архангельская, Ю. А. Мохова, М. Б. Ротанова. — Москва: РИОР, 2025. — 162 с.	

7. Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины приведен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

URL адрес	Наименование
https://pro.guap.ru/	<i>Элементы электронного курса по дисциплине размещены <u>внутри ЭИОС ГУАП «Интегрированная среда обучения»</u></i>

8. Перечень информационных технологий

8.1. Перечень программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.

Перечень используемого программного обеспечения представлен в таблице 10.

Таблица 10– Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование
1	Электронная информационно-образовательная среда ГУАП «Интегрированная среда обучения» (https://pro.guap.ru/ разработана сотрудниками ГУАП (введена в эксплуатацию приказом ГУАП от 06.06.2017 № 05-215/17), перечень модулей и их функциональное назначение изложены по ссылке https://guap.ru/it/system/iso
2	Официальный сайт образовательной организации в сети «Интернет» (https://guap.ru/), разработан сотрудниками ГУАП (введен в эксплуатацию Приказом ГУАП от 23.03.2023 № 05-145/23)

3	Microsoft Office 2019 (договор ГУАП, информация о лицензии представлена по ссылке https://guap.ru/it/system/iso/po)
4	LibreOffice 5 (Лицензия LGPLv3)
5	MozillaFirefox(лицензии GPL/LGPL/MPL)
6	VLC mediaplayer (Лицензия: GNU LesserGeneralPublicLicense v2.1+)

8.2. Перечень информационно-справочных систем,используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

Таблица 11– Перечень информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование
Электронные библиотечные ресурсы и системы	
1	Электронный каталог библиотеки ГУАП с доступом к базе полнотекстовых изданий (https://lib.guap.ru.), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП
2	Научная электронная библиотека «eLIBRARY» (https://elibrary.ru/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
3	ЭБС «Лань» (https://e.lanbook.com/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
4	ЭБС Znanium (https://znanium.ru/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
5	Образовательная платформа «Юрайт» (https://urait.ru/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
6	Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» (https://cyberleninka.ru/), свободный доступ
Информационные и справочно-правовые системы	
1	"Консультант Плюс" (www.consultant.ru) сетевая версия для образовательных организаций, доступ по IP -адресам ГУАП

9. Материально-техническая база

Состав материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине, представлен в таблице12.

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

№ п/п	Наименование составной части материально-технической базы	Номер аудитории (при необходимости)
1	Учебная аудитория для занятий лекционного типа, для групповых и индивидуальных консультаций, для текущего контроля и промежуточной аттестации - Мультимедийная лекционная аудитория: Специализированная мебель; технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории; набор демонстрационного оборудования. Обеспечен доступ в электронную информационно-образовательную среду ГУАП по локальной вычислительной сети или точке доступа WiFi.	
2	Учебная аудитория для занятий семинарского типа (в том числе практических занятий), для групповых и индивидуальных консультаций, для текущего контроля и	

	промежуточной аттестации, помещение для воспитательной работы. Укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации. Обеспечен доступ в электронную информационно-образовательную среду ГУАП по локальной вычислительной сети или точке доступа WiFi.	
3	Библиотека, Интернет-класс ГУАП (для самостоятельной работы). Помещения укомплектованы специализированной мебелью, оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет». Обеспечен доступ в электронную информационно-образовательную среду ГУАП по локальной вычислительной сети или точке доступа WiFi.	

10. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

10.1. Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине приведен в таблице 13.

Таблица 13 – Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Перечень оценочных средств
Зачет	Список вопросов; Тесты;

10.2. В качестве критериев оценки уровня сформированности (освоения) компетенций обучающимися применяется 5-балльная шкала оценки сформированности компетенций, которая приведена в таблице 14. В течение семестра может использоваться 100-балльная шкала модульно-рейтинговой системы Университета, правила использования которой, установлены соответствующим локальным нормативным актом ГУАП.

Таблица 14 – Критерии оценки уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции	Характеристика сформированных компетенций
5-балльная шкала	
«отлично» «зачтено»	Обучающийся: – глубоко и всесторонне усвоил программный материал; – уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; – опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно связывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления; – умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; – делает выводы и обобщения; – свободно владеет системой специализированных понятий. – правильно выполнил от 90% до 100% тестовых заданий**.
«хорошо» «зачтено»	Обучающийся: – твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы; – не допускает существенных неточностей; – увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления; – аргументирует научные положения; – делает выводы и обобщения; – владеет системой специализированных понятий. – правильно выполнил от 70% до 89% тестовых заданий**.
«удовлетворительно»	– обучающийся усвоил только основной программный материал,

Оценка компетенции	Характеристика сформированных компетенций
5-балльная шкала	
«зачтено»	по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы; – допускает несущественные ошибки и неточности; – испытывает затруднения в практическом применении знаний направления; – слабо аргументирует научные положения; – затрудняется в формулировании выводов и обобщений; – частично владеет системой специализированных понятий. – правильно выполнил от 51% до 69% тестовых заданий**.
«неудовлетворительно» «не зачтено»	– обучающийся не усвоил значительной части программного материала; – допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении; – испытывает трудности в практическом применении знаний; – не может аргументировать научные положения; – не формулирует выводов и обобщений. – правильно выполнил менее 51% тестовых заданий**.

Примечание: ** по решению кафедры процент правильно выполненных тестовых заданий может быть изменен.

10.3. Типовые контрольные задания или иные материалы.

Вопросы (задачи) для экзамена представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Вопросы (задачи) для экзамена

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для экзамена	Код индикатора
	Учебным планом не предусмотрено	

Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета представлены в таблице 16.

Таблица 16 – Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для зачета / дифф. зачета	Код индикатора
6.	Сущность и функции связей с общественностью. Отличие PR от рекламы и маркетинга в туристской индустрии.	ПК-3.3.1
7.	Основные этапы развития связей с общественностью как профессии и сферы деятельности (зарубежный и отечественный опыт).	ПК-3.3.1
8.	Правовое регулирование PR-деятельности в Российской Федерации: ФЗ «О рекламе», ФЗ «О СМИ», ФЗ «О защите прав потребителей».	ПК-3.3.1
9.	Международные и российские профессиональные и этические кодексы в сфере PR (Афинский кодекс IPRA, Российский кодекс профессиональных и этических принципов).	ПК-3.3.1
10.	Модели связей с общественностью: пресс-агентства, общественной информации, двусторонняя асимметричная и симметричная.	ПК-3.3.1
11.	Интегрированные маркетинговые коммуникации (IMC) в туризме: принципы и инструменты синергии PR, рекламы и промоакций.	ПК-3.3.1
12.	Digital-PR в туристской деятельности: использование социальных сетей, работа с блогерами и лидерами мнений.	ПК-3.3.1
13.	Формирование и поддержание корпоративного имиджа	ПК-3.3.1

	туроператора / турагентства: визуальная и вербальная айдентика, внутренний PR.	
14.	Бюджетирование и ресурсное обеспечение PR-кампании: структура затрат, распределение средств по каналам.	ПК-3.3.1
15.	Мониторинг СМИ и социальных сетей с использованием профессиональных сервисов (например, «Медиалогия»).	ПК-3.3.1
16.	Сегментация и анализ целевых аудиторий в туризме: методы сбора данных, составление портрета потребителя.	ПК-3.В.1
17.	Разработка ключевых коммуникационных сообщений и позиционирование туристского продукта.	ПК-3.В.1
18.	Работа со СМИ: структура и правила написания пресс-релиза, бэкграундера, факт-листа, медиакита.	ПК-3.В.1
19.	Организация и проведение специальных событий в туризме: презентации, пресс-конференции, инфотуры, выставки, фестивали.	ПК-3.В.1
20.	Управление онлайн-репутацией (ORM) в туризме: инструменты мониторинга и реагирования на негатив.	ПК-3.В.1
21.	Кризисные ситуации в туризме: типичные причины, алгоритм антикризисного реагирования, работа с негативом в СМИ и соцсетях.	ПК-3.В.1
22.	Этапы планирования PR-кампании: ситуационный анализ (SWOT, PEST), постановка целей по SMART, определение стратегии и тактики.	ПК-3.В.1
23.	Ключевые показатели эффективности PR (KPI): количественные и качественные метрики (упоминаемость, охваты, тональность, медиаиндекс, доля голоса).	ПК-3.В.1
24.	Методы оценки эффективности PR-мероприятий: медиаметрика, опросы общественного мнения, анализ трафика и конверсий.	ПК-3.В.1
25.	Разработка антикризисного коммуникационного плана для туристской компании (на примере конкретной ситуации).	ПК-3.В.1

Перечень тем для выполнения курсового проекта/ курсовой работы представлены в таблице 17.

Таблица 17 – Перечень тем для выполнения курсового проекта / курсовой работы

№ п/п	Примерный перечень тем для выполнения курсового проекта/ курсовой работы
	Учебным планом не предусмотрено

Вопросы для проведения промежуточной аттестации в виде тестирования представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов	Код индикатора
1	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа. Вопрос: Что из перечисленного является основным отличием PR-текста от рекламного сообщения? Варианты ответа:	ПК-3.3.1 ПК-3.В.1

	а) PR-текст всегда содержит призыв к покупке б) PR-текст ориентирован на создание доверия и долгосрочных отношений, а не на прямое стимулирование сбыта в) PR-текст публикуется только в платных медиа г) PR-текст не требует фактической точности									
2	Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов. Вопрос: Какие из перечисленных жанров относятся к базовым PR-документам для работы со СМИ? Варианты ответа: а) пресс-релиз б) бэкграундер в) коммерческое предложение г) факт-лист д) смета расходов	ПК-3.3.1 ПК-3.B.1								
3	Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце. Запишите ответ как последовательность цифр, соответствующих буквам АБВГ. <table><tr><td>А) цель медиакарты</td><td>1. оценка тональности публикаций</td></tr><tr><td>Б) цель мониторинга СМИ</td><td>2. визуализация структуры аудитории каналов</td></tr><tr><td>В) цель пресс-клиппинга</td><td>3. систематизация контактов журналистов по темам</td></tr><tr><td>Г) цель медиаисследования</td><td>4. сбор и архивация публикаций о компании</td></tr></table>	А) цель медиакарты	1. оценка тональности публикаций	Б) цель мониторинга СМИ	2. визуализация структуры аудитории каналов	В) цель пресс-клиппинга	3. систематизация контактов журналистов по темам	Г) цель медиаисследования	4. сбор и архивация публикаций о компании	
А) цель медиакарты	1. оценка тональности публикаций									
Б) цель мониторинга СМИ	2. визуализация структуры аудитории каналов									
В) цель пресс-клиппинга	3. систематизация контактов журналистов по темам									
Г) цель медиаисследования	4. сбор и архивация публикаций о компании									
4	Прочитайте текст и установите правильную последовательность этапов разработки коммуникационной стратегии. Запишите соответствующую последовательность цифр. Этапы: 1. определение ключевых сообщений 2. анализ целевых аудиторий 3. выбор каналов коммуникации 4. постановка бизнес-целей 5. оценка эффективности (KPI) 6. реализация тактических активностей	ПК-3.3.1 ПК-3.B.1								
5	Прочитайте текст и запишите развёрнутый обоснованный ответ. Вопрос: Опишите структуру пресс-релиза и объясните, почему лид (первый абзац) считается самой важной его частью. Приведите пример удачного лида для анонса благотворительной акции.	ПК-3.3.1 ПК-3.B.1								
6	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа. Вопрос: Какой из перечисленных международных кодексов регулирует профессиональную этику в сфере PR?	ПК-3.3.1 ПК-3.B.1								

	Варианты ответа: а) Кодекс Гамбурга б) Афинский кодекс IPRA в) Кодекс Наполеона г) Хартия Мадрида			
7	Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов. Вопрос: Какие федеральные законы РФ непосредственно регулируют аспекты PR-деятельности? Варианты ответа: а) ФЗ «О рекламе» б) ФЗ «О защите прав потребителей» в) ФЗ «Об образовании» г) ФЗ «О СМИ» д) ФЗ «Об акционерных обществах»	ПК-3.3.1 ПК-3.B.1		
8	Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце. Запишите ответ как последовательность цифр, соответствующих буквам АБВГ. <table><tr><td>А) лоббизм Б) GR (Government Relations) В) пропаганда Г) паблисити</td><td>1. целенаправленное формирование общественного мнения 2. взаимодействие с органами государственной власти 3. продвижение интересов через влияние на принятие решений 4. известность, создаваемая через медиа</td></tr></table>	А) лоббизм Б) GR (Government Relations) В) пропаганда Г) паблисити	1. целенаправленное формирование общественного мнения 2. взаимодействие с органами государственной власти 3. продвижение интересов через влияние на принятие решений 4. известность, создаваемая через медиа	ПК-3.3.1 ПК-3.B.1
А) лоббизм Б) GR (Government Relations) В) пропаганда Г) паблисити	1. целенаправленное формирование общественного мнения 2. взаимодействие с органами государственной власти 3. продвижение интересов через влияние на принятие решений 4. известность, создаваемая через медиа			
9	Прочитайте текст и установите правильную последовательность действий при планировании PR-кампании. Запишите соответствующую последовательность цифр. Действия: 1. разработка тактического плана (Action Plan) 2. ситуационный анализ (SWOT-анализ) 3. формулирование целей и задач 4. оценка результатов 5. выбор инструментов и каналов	ПК-3.3.1 ПК-3.B.1		
10	Прочитайте текст и запишите развёрнутый обоснованный ответ. Вопрос: В чём заключается этическая дилемма при работе со СМИ в кризисной ситуации? Сформулируйте три принципа честного взаимодействия с журналистами, которые должен соблюдать PR-специалист.	ПК-3.3.1 ПК-3.B.1		
11	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.	ПК-3.3.1 ПК-3.B.1		

	Вопрос: Что является первым шагом при разработке PR-стратегии для нового продукта? Варианты ответа: а) создание пресс-релиза б) анализ целевой аудитории и её потребностей в) запуск рекламы в социальных сетях г) определение бюджета мероприятия					
11	Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов. Вопрос: Какие инструменты позволяют выявить актуальные запросы целевой аудитории? Варианты ответа: а) фокус-группы б) мониторинг социальных сетей в) анализ поисковых запросов (WordStat) г) интуиция PR-менеджера д) опросы общественного мнения	ПК-3.3.1 ПК-3.В.1				
12	<table><tr><td colspan="2">Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце. Запишите ответ как последовательность цифр, соответствующих буквам АБВГ.</td></tr><tr><td>А) медиаиндекс (в системе «Медиалогия») Б) тональность сообщения В) охват аудитории Г) доля голоса (Share of Voice)</td><td>1. качественная оценка упоминаний бренда 2. интегральный показатель эффективности PR-активности 3. количество уникальных пользователей, увидевших сообщение 4. процент упоминаний бренда среди всех конкурентов</td></tr></table>	Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце. Запишите ответ как последовательность цифр, соответствующих буквам АБВГ.		А) медиаиндекс (в системе «Медиалогия») Б) тональность сообщения В) охват аудитории Г) доля голоса (Share of Voice)	1. качественная оценка упоминаний бренда 2. интегральный показатель эффективности PR-активности 3. количество уникальных пользователей, увидевших сообщение 4. процент упоминаний бренда среди всех конкурентов	ПК-3.3.1 ПК-3.В.1
Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце. Запишите ответ как последовательность цифр, соответствующих буквам АБВГ.						
А) медиаиндекс (в системе «Медиалогия») Б) тональность сообщения В) охват аудитории Г) доля голоса (Share of Voice)	1. качественная оценка упоминаний бренда 2. интегральный показатель эффективности PR-активности 3. количество уникальных пользователей, увидевших сообщение 4. процент упоминаний бренда среди всех конкурентов					
13	Прочитайте текст и установите правильную последовательность этапов создания имиджа организации. Запишите соответствующую последовательность цифр. Этапы: 1. формирование визуальной и вербальной айдентики 2. исследование текущего восприятия компании 3. определение желаемого образа (целевого имиджа) 4. трансляция имиджа через медиа и события 5. мониторинг и коррекция имиджа	ПК-3.3.1 ПК-3.В.1				
14	Прочитайте текст и запишите развёрнутый обоснованный ответ. Вопрос: Опишите алгоритм действий PR-специалиста при обнаружении негативного вирусного поста о компании в социальных сетях. Какие коммуникационные шаги необходимо предпринять в первые 2 часа?	ПК-3.3.1 ПК-3.В.1				

Перечень тем контрольных работ по дисциплине обучающихся заочной формы обучения, представлены в таблице 19.

Таблица 19 – Перечень контрольных работ

№ п/п	Перечень контрольных работ
	Не предусмотрено

10.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов, характеризующих этапы формирования компетенций, содержатся в локальных нормативных актах ГУАП, регламентирующих порядок и процедуру проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ГУАП.

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

11.1. Методические указания для обучающихся по освоению лекционного материала

Основное назначение лекционного материала – логически стройное, системное, глубокое и ясное изложение учебного материала. Назначение современной лекции в рамках дисциплины не в том, чтобы получить всю информацию по теме, а в освоении фундаментальных проблем дисциплины, методов научного познания, новейших достижений научной мысли. В учебном процессе лекция выполняет методологическую, организационную и информационную функции. Лекция раскрывает понятийный аппарат конкретной области знания, её проблемы, дает цельное представление о дисциплине, показывает взаимосвязь с другими дисциплинами.

Планируемые результаты при освоении обучающимися лекционного материала:

- получение современных, целостных, взаимосвязанных знаний, уровень которых определяется целевой установкой к каждой конкретной теме;
- получение опыта творческой работы совместно с преподавателем;
- развитие профессионально-деловых качеств, любви к предмету и самостоятельного творческого мышления.
- появление необходимого интереса, необходимого для самостоятельной работы;
- получение знаний о современном уровне развития науки и техники и о прогнозе их развития на ближайшие годы;
- научиться методически обрабатывать материал (выделять главные мысли и положения, приходить к конкретным выводам, повторять их в различных формулировках);
- получение точного понимания всех необходимых терминов и понятий.

Лекционный материал может сопровождаться демонстрацией слайдов и использованием раздаточного материала при проведении коротких дискуссий об особенностях применения отдельных тематик по дисциплине.

Структура предоставления лекционного материала:

Вступительная часть – формулировка темы, цели, плана; актуализация знаний через проблемный вопрос или связь с практикой туризма.

Теоретический блок – введение ключевых терминов, классификаций; краткий исторический экскурс (в т.ч. в контексте PR и туризма).

Проблемно-аналитический блок – разбор профессиональных задач и реальных кейсов (кризисные ситуации, продвижение турпродукта, работа с аудиториями).

Интерактивное включение – дискуссия, мозговой штурм, быстрые опросы по актуальным вопросам (например, выбор каналов или оценка эффективности).

Заключительная часть – обобщение выводов, ответы на вопросы, выдача задания на самостоятельную работу, анонс следующей темы.

Весь материал сопровождается мультимедийной презентацией, при необходимости – раздаточными материалами и примерами из практики туроператоров.

11.2. Методические указания для обучающихся по участию в семинарах

Основной целью для обучающегося является систематизация и обобщение знаний по изучаемой теме, разделу, формирование умения работать с дополнительными источниками информации, сопоставлять и сравнивать точки зрения, конспектировать прочитанное, высказывать свою точку зрения и т.п. В соответствии с ведущей дидактической целью содержанием семинарских занятий являются узловые, наиболее трудные для понимания и усвоения темы, разделы дисциплины. Спецификой данной формы занятий является совместная работа преподавателя и обучающегося над решением поставленной проблемы, а поиск верного ответа строится на основе чередования индивидуальной и коллективной деятельности.

При подготовке к семинарскому занятию по теме лекции необходимо ознакомиться с планом его проведения, с литературой и научными публикациями по теме семинара.

Требования к проведению семинаров

В ходе подготовки к семинару обучающийся должен изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, проанализировать научные статьи и дополнительные медиа материалы по теме. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар:

1. Современный PR и цифровая этика.
2. Основные виды кодексов и их роль в современном коммуникационном пространстве.
3. История развития связей с общественностью. Ключевые исторические факты сегодня.

11.3. Методические указания для обучающихся по прохождению практических занятий

Практическое занятие является одной из основных форм организации учебного процесса, заключающаяся в выполнении обучающимися под руководством преподавателя комплекса учебных заданий с целью усвоения научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретения умений и навыков, опыта творческой деятельности.

Целью практического занятия для обучающегося является привитие обучающимся умений и навыков практической деятельности по изучаемой дисциплине.

Планируемые результаты при освоении обучающимся практических занятий:

- закрепление, углубление, расширение и детализация знаний при решении конкретных задач;
- развитие познавательных способностей, самостоятельности мышления, творческой активности;
- овладение новыми методами и методиками изучения конкретной учебной дисциплины;
- выработка способности логического осмысления полученных знаний для выполнения заданий;
- обеспечение рационального сочетания коллективной и индивидуальной форм обучения.

Требования к проведению практических занятий

Студентам предлагаются задания, направленные на обобщение полученных теоретических знаний при решении реальных исследовательских задач. Вместе с тем

задания могут быть представлены в формате теоретических иллюстраций, требующих глубокого осмысления со стороны студентов, или реальных примеров и ситуаций, решаемых и моделируемых совместно с преподавателем. Многие задания являются комбинированными и включают в себя сразу несколько видов работ. Как правило, для их выполнения важны не только полученные знания, но и субъективные особенности креативного мышления студентов. Некоторые задания требуют самостоятельности со стороны обучающихся, что способствует развитию дополнительных навыков в рамках освоения данной дисциплины.

Практические занятия выполняются в нескольких форматах, а именно проведение групповой дискуссии, семинара, кейса и деловой игры.

Деловая игра позволяет симитировать рабочий процесс, провести его моделирование. Студенты получают задание от преподавателя и должны постараться создать упрощенное воспроизведение реальной производственной ситуации в области маркетинга на определенную тематику. Перед студентами деловой игры ставятся задачи, например, выполнение индивидуального плана продаж, вывод нового продукта на рынок, открытие магазинов в регионах и другие.

Применение деловых игр позволяет отработать профессиональные навыки студентов и дает возможность оценить:

- уровень владения этими навыками;
- особенности мыслительных процессов (стратегическое, тактическое, аналитическое мышление, умение прогнозировать ситуацию, умение принимать решения и пр.);
- уровень коммуникативных навыков;
- личностные качества участников.

Групповая дискуссия позволяет создать совместное обсуждение какого-либо спорного вопроса на заданную тематику, позволяющее прояснить (возможно, изменить) мнения, позиции и установки участников группы в процессе непосредственного общения.

Проведение семинара заключается в том, что студенты заранее получают тематику предстоящего занятия и готовятся к нему самостоятельно, а на самом практическом занятии вместе с преподавателем обсуждают данную тему. Каждый студент учится грамотно излагать свои мысли, бороться с психологическим барьером публичных выступлений.

Применение кейсов означает применение деловой игры в миниатюре, поскольку это сочетает в себе профессиональную деятельность с игровой. Сущность проведения данного практического занятия в таком формате состоит в том, что учебный материал подается обучаемым в виде микро-проблем, а знания приобретаются в результате их активной исследовательской и творческой деятельности по разработке решений.

Один из распространенных способов интенсивного обучения – игровое проектирование. Его цель – процесс создания или совершенствования проектов в игровом режиме. Для осуществления этой технологии участников занятия разбивают на группы, каждая из которых занимается разработкой своего проекта. Тему для разработки проекта обучаемые в основном выбирают самостоятельно.

Ситуационные задачи — это задачи, которые позволяют ученику осваивать интеллектуальные операции последовательно в процессе работы с информацией: ознакомление — понимание — применение — анализ — синтез — оценка. Таким образом, в основе ресурсов повышения качества образования лежит психологический закон усвоения знаний — знания формируются в сознании субъекта учения не до, а в процессе применения их на практике. Отличительная особенность ситуационных задач заключается в том, что она имеет ярко выраженную практическую направленность, но для её решения необходимы предметные, надпредметные и метапредметные знания.

11.4. Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных работ.

Учебным планом не предусмотрено.

11.5. Методические указания для обучающихся по выполнению курсового проекта/курсовой работы.

Учебным планом не предусмотрено.

11.6. Методические указания для обучающихся по прохождению самостоятельной работы

В ходе выполнения самостоятельной работы, обучающийся выполняет работу по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

В процессе выполнения самостоятельной работы у обучающегося формируется целесообразное планирование рабочего времени, которое позволяет ему развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, помогает получить навыки повышения профессионального уровня.

Методическими материалами, направляющими самостоятельную работу обучающихся являются:

- учебно-методический материал по дисциплине;

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом вовремя, свободное от обязательных учебных занятий. Самостоятельная работа студента над усвоением учебного материала по учебной дисциплине может выполняться в библиотеке университета, учебных кабинетах, компьютерных классах, а также в домашних условиях. Содержание самостоятельной работы студента определяется заданиями и указаниями преподавателя. Можно дополнить список использованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы.

Самостоятельная работа заключается в изучении теоретического материала по темам дисциплины, подготовке к практическим занятиям и текущему контролю успеваемости, а также выполнении домашних заданий (анализ кейсов, разработка PR-документов, подготовка к дискуссиям).

Итоговое задание предполагает разработку комплексной PR-стратегии для продвижения туристского продукта (или услуги) выбранной компании. Работа выполняется в группах по 3–4 человека. Компания и конкретный проект согласовываются с преподавателем. Результат оформляется в виде презентации и защищается на последнем практическом занятии.

11.7. Методические указания для обучающихся по прохождению текущего контроля успеваемости.

Текущий контроль успеваемости предусматривает контроль качества знаний обучающихся, осуществляемого в течение семестра с целью оценивания хода освоения дисциплины.

Текущий контроль включает в себя:

- контроль посещаемости;
- устный опрос по практическим работам.

В течение семестра обучающиеся загружают в ЭИОС ГУАП отчётные материалы, в соответствии с установленными НПР требованиями и методами проведения ТКУ, а НПР оценивают загруженные материалы. Оценка, сделанная НПР, зарегистрированным под своим логином и паролем, является оценкой результатов ТКУ.

Для проведения текущего контроля успеваемости перед каждым практическим занятием выделяется до 10 минут на опрос. Результаты текущего контроля успеваемости учитываются при проведении промежуточной аттестации.

11.8. Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине. Она включает в себя:

- зачет – это форма оценки знаний, полученных обучающимся в ходе изучения учебной дисциплины в целом или промежуточная (по окончании семестра) оценка знаний обучающимся по отдельным разделам дисциплины с аттестационной оценкой «зачтено» или «не зачтено». Вопросы к зачету представлены в таблице 16 данной РПД.

К промежуточной аттестации допускаются обучающиеся, которые прошли текущий контроль успеваемости, выполнили и защитили все практические работы.

Система оценок при проведении промежуточной аттестации осуществляется в соответствии с требованиями Положений «О текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов ГУАП, обучающихся по программы высшего образования».

Лист внесения изменений в рабочую программу дисциплины

Дата внесения изменений и дополнений. Подпись внесшего изменения	Содержание изменений и дополнений	Дата и № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой