

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой

Кафедра теоретических основ и
менеджмента физической
культуры и туризма
(ТОиМФКТ ФФКСТ)

подпись, инициалы, фамилия

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий ОП ВО

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

Кафедра теоретических основ и
менеджмента физической
культуры и туризма
(ТОиМФКТ ФФКСТ)
наименование кафедры

подпись, инициалы, фамилия

А.И. Чикуров

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий дисциплину

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В
СФЕРЕ РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА**

Дисциплина Б1.О.15 Рекламная деятельность в сфере рекреации и
туризма

Направление подготовки /
специальность

Направленность
(профиль)

Форма обучения

очная

Год набора

2021

Красноярск 2021

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования с учетом профессиональных стандартов по укрупненной группе

430000 «СЕРВИС И ТУРИЗМ»

Направление подготовки /специальность (профиль/специализация)

43.03.02 Туризм

Программу
составили

Доцент, Кочанова

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

- Изучение теоретических основ технологий рекламы, инструментов связей с общественностью, их особенности и значение;
- Овладение способами применения технологий и инструментов связей с общественностью в сфере физической культуры и спорта.

1.2 Задачи изучения дисциплины

1.2 Задачи изучения дисциплины

- представить эволюцию и современную теорию маркетинговых коммуникаций, формирование умений ее практического использования;
- сформировать навыки аналитического обеспечения управленческих решений в области физической культуры, спорта и туризма;
- овладеть навыками планирования и реализации рекламы, оценки результатов связей с общественностью;
- изучить этику связей с общественностью, кодексы правил профессионального поведения

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

ОПК-1:Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере	
ОПК-1.1:Осуществляет поиск, анализ, отбор технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной туристской деятельности	
Уровень 1	основы рекламы
Уровень 1	продвигать товар
Уровень 1	современными технологиями продвижением услуг туристской направленности

ОПК-1.2:Использует технологические новации и специализированные программные продукты в сфере туризма	
Уровень 1	новации в сфере представления
Уровень 1	использовать технологические новации
Уровень 1	технологиями

1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к вариативной части ОП ВО

Дисциплины предшествующие "Маркетинг спортивных сооружений", "Менеджмент ФКиС"

1.5 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины .

Дисциплина (модуль) реализуется с применением ЭО и ДОТ

<https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=28875>

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	Семестр
		5
Общая трудоемкость дисциплины	3 (108)	3 (108)
Контактная работа с преподавателем:	1,39 (50)	1,39 (50)
занятия лекционного типа	0,44 (16)	0,44 (16)
занятия семинарского типа		
в том числе: семинары		
практические занятия	0,94 (34)	0,94 (34)
практикумы		
лабораторные работы		
другие виды контактной работы		
в том числе: групповые консультации		
индивидуальные консультации		
иная внеаудиторная контактная работа:		
групповые занятия		
индивидуальные занятия		
Самостоятельная работа обучающихся:	1,61 (58)	1,61 (58)
изучение теоретического курса (ТО)		
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)		
реферат, эссе (Р)		
курсовое проектирование (КП)	Нет	Нет
курсовая работа (КР)	Нет	Нет
Промежуточная аттестация (Зачёт)		

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час)	Формируемые компетенции
			Семинары и/или Практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или Практикумы (акад. час)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Сущность PR	4	10	0	0	
2	Планирование PR-программ	8	18	0	0	
3	Этика PR	4	6	0	58	
Всего		16	34	0	58	

3.2 Занятия лекционного типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Определение PR, отличия от рекламы, маркетинга, пропаганды	2	0	0
2	1	Имиджи	2	0	0
3	2	Анализ ситуации и определение целей	2	0	0
4	2	Методы реализации PR программ	2	0	0
5	2	Методы оценивания рекламной деятельности	4	0	0
6	3	Роль этики и кодексы правил профессионального поведения	2	0	0
7	3	Связь с прессой. Стиль письма	2	0	0

Всего		16	0	0
-------	--	----	---	---

3.3 Занятия семинарского типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Сущность PR	2	0	0
2	1	Основные направления практической реализации PR на уровне функционирования конкурентной фирмы	4	0	0
3	1	Средства и приемы для достижения целей PR	4	0	0
4	2	Организация мероприятий PR	12	0	0
5	2	Профессиональное поведение в области PR	6	0	0
6	3	Хорошие отношения с прессой	6	0	0
Всего			24	0	0

3.4 Лабораторные занятия

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
Всего					

5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

6.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Сайтэл Ф. П.	Современные публик рилейшнз: перевод с английского	Москва: Имидж-Контакт, 2002

Л1.2	Вингерт В. В.	Управление маркетинговыми коммуникациями: конспект лекций [для преподавателей напр. 080200.68.06 «Маркетинг»]	Красноярск: СФУ, 2013
6.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Шарков Ф. И.	Паблик рилейшнз (связи с общественностью): учебное пособие для студентов по специальности 350700-Реклама (ОПД.Ф.12) рекламе)	Москва: Академический проект, 2007
Л2.2	Орлов В. В.	PR-технологии в управлении имиджем библиотеки: учебно-практическое пособие	Москва: Литера, 2015
Л2.3	Горкина М. Б., Мамонтов А. А., Манн И. Б.	PR на 100%. Как стать хорошим менеджером по PR	Москва: Альпина Бизнес Букс, 2004
Л2.4	Шепель В.М.	Имиджелогия: Секреты личного обаяния	Москва: Культура и спорт, 1997
Л2.5	Вертакова Ю. В., Согачева О. В.	Связи с общественностью: учебное пособие для студентов вузов по направлению "Государственное и муниципальное управление"	Старый Оскол: ТНТ, 2015

8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Работа студентов по дисциплине «PR-технологии в ФКиС» регламентируется графиком учебного процесса.

Для эффективного достижения указанных целей обучения процесс изучения материала дисциплины предполагает достаточно интенсивную работу не только на семинарах, но и с различными текстами и информационными ресурсами в ходе самостоятельной работы.

Особое внимание хочется обратить на то, что при подготовке к практическим занятиям требуется использовать не только учебную литературу, но и информацию, содержащуюся в периодических изданиях, а также в сети «Интернет». В разделе «Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы» приведен источник, который может оказаться полезным при прохождении дисциплины «PR-технологии в ФКиС».

9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

9.1 Перечень необходимого программного обеспечения

9.1.1	Microsoft Office, версии 2007 г. и выше
9.1.2	Операционная система «Windows 7» и выше
9.1.3	Веб-браузер (предпочтительно, Яндекс.Браузер или Google Chrome)
9.1.4	Онлайн-сервис видеоконференций «Zoom»

9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

9.2.1	Для освоения дисциплины «PR-технологии в ФКиС»
9.2.2	следует использовать электронный курс по дисциплине «PR-технологии в ФКиС», размещённый в eКурсе СФУ, а также ресурсы научной библиотеки СФУ: www.bik.sfu-kras.ru .

10 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Учебный процесс протекает в учебных аудиториях и видео-классах. Для обеспечения учебного процесса используются: доска для иллюстрации и пояснения излагаемого материала; телевизор (монитор) и видеопроигрыватель для воспроизведения учебных видеофильмов. Для дистанционной работы на базе сервиса видеоконференций используются персональные компьютеры