

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САХАЛИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.15 Реклама и PR**
название дисциплины

43.03.02 Туризм, Международный туризм
направление (специальность), профиль (специализация)

1. Цели освоения дисциплины

Изучение учебного курса Б1.В.15 Реклама и PR ставит своей целью сформировать теоретические основы знаний и практические навыки в области рекламной деятельности предприятий сферы сервиса и туризма, а также дать студенту системное представление о связях с общественностью как самостоятельной научной дисциплине и одной из составляющих комплекса маркетинговых коммуникаций, показать роль и возможности PR в продвижении туристских продуктов.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.15 Реклама и PR включена в вариативную часть программы в учебном плане подготовки бакалавров по направлению 43.03.02 Туризм, профиль Международный туризм.

Дисциплина Б1.В.15 Реклама и PR базируется на знаниях, полученных при изучении дисциплин Русский язык и культура речи, Маркетинг в туристской индустрии, Психология делового общения, Теория и практика межкультурной коммуникации, Маркетинговые исследования.

Дисциплина Б1.В.15 Реклама и PR является основой для изучения теоретических основ рекламной деятельности туристского предприятия, способствует расширению знаний обучающихся о видах, средствах и специфике рекламы, а также принципам организации работы по связям с общественностью на туристском предприятии.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению:

ПК-1 владением теоретическими основами проектирования, готовность к применению основных методов проектирования в туризме;

ПК-13 способностью к общению с потребителями туристского продукта, обеспечению процесса обслуживания с учетом требований потребителей и (или) туристов.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- объекты, предметы, цели, задачи курса;
- понятия, определения, термины (понятийный аппарат курса);
- специфические черты различных видов рекламы;
- этапы планирования и проведения рекламной кампании предприятием туризма;
- структуру рекламного обращения;
- правовые основы рекламного дела;
- особенности PR в различных областях человеческой деятельности, в том числе в сфере туризма;
- виды коммуникаций;
- основные этические принципы в PR;
- методику разработки концепции специальных мероприятий;
- основные составляющие корпоративного имиджа;
- специфику различных СМИ.

Уметь:

- охарактеризовать особенности содержания и формы рекламных обращений;
- охарактеризовать и учесть особенности рекламополучателя при составлении рекламного обращения;
- составить рекламное обращение в различных жанрах;
- подбирать художественно-выразительные средства для рекламного обращения;
- анализировать имидж и средства PR-деятельности предприятия;
- писать пресс-релиз, отчет;
- разрабатывать план PR-мероприятий для предприятия сферы туризма;
- использовать формы и виды PR в продвижении туристского продукта.

Владеть:

- формами и видами PR и рекламы в продвижении туристского продукта.

4. Структура дисциплины Б1.В.15 Реклама и PR

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов.

№ п/п	Раздел Дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
1	Предмет и сущность рекламы. Традиции и современное состояние.	7	4	4	10	1. Конспекты лекций; 2. Творческое задание (реклама несуществующего предмета); 3. Групповое задание «Проведение маркетинговых исследований»; 4. Анализ рекламной продукции.
2	Виды рекламы. Объекты рекламы. Рекламные жанры.	7	5	12	10	1. Конспекты лекций; 2. Подготовка презентаций; 3. Анализ одного из журналов туристской тематики; 4. Анализ рекламной продукции (буклета, брошюры, каталога и др.); 5. Подготовка презентации (об 1 средстве наружной рекламы); 6. Анализ рекламной продукции (видеороликов туркомпаний, гостиниц, ресторанов); 7. Анализ корпоративных сайтов сахалинских турфирм.
3	Средства и приемы рекламного стиля, речи	7	5	12	10	1. Конспекты лекций; 2. Анализ текстов для различных носителей; 3. Анализ рекламных текстов;

						4. Создание текстов для различных носителей (билборда, объявления в газете, буклета, радиоролика и др.); 5. Подготовка презентации об 1 из крупных турвыставок; 6. Разработка проекта выставочного стенда (групповое задание).
			14	28	30	Промежуточный контроль: Зачет КР
4	Теоретико-методологические основы связей с общественностью.	8	3	6	18	1. Конспекты лекций; 2. Подготовка презентации; 3. Составление должностной инструкции ПР-менеджера (групповое задание); 4. Тест.
5	Технологии подготовки и виды ПР-кампаний	8	6	16	24	1. Конспекты лекций; 2. Анализ политической ПР-кампании; 3. Кейс-метод «Антикризисные мероприятия для ПОП»; 4. Анализ пресс-релиза; 5. Написание пресс-релиза (творческое задание); 6. Анализ видеороликов; 7. Составление плана фоторепортажа; 8. Групповая работа «Сценарный план специального мероприятия»; 9. Анализ публичного выступления политика 10. Составление медиаплана (творч. задание).
6	Процесс	8	5	6	24	1. Конспекты лекций;

	формирования имиджа организации, бренда					2. Анализ структуры имиджа компании; 3. Разработка рекомендаций по корректировке имиджа руководителя (творч.задание); 4. Творческое задание «Разработка бренда Сах. области» (групповое задание).
Итого			14	28	66	Экзамен

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Реклама: язык, речь, общение: учеб. пособие для студентов вузов / А.А. Алипова, О.Я. Гойхман, Л.М. Гончарова и др.; под ред. О.Я. Гойхмана, В.М. Лейчика. М.: ИНФРА-М, 2010 . - 288 с. (Высшее образование).
2. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: учеб. пособие для студ. Вузов / А.Н.Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. М.: Аспект-Пресс, 2014. - 159 с.
3. Щепилова, Г.Г. Основы рекламы: учебник для бакалавров / Г.Г. Щепилова, К.В. Щепилов. М.: Юрайт, 2012.-521с.

б) дополнительная литература (не более 5 источников)

1. Абабков Ю.Н., Абабкова М.Ю., Филиппова И.Г. Реклама в туризме: учебник для студентов вузов. М.: ИНФРА-М, 2012. 170 с.
2. Иншакова, Наталия Григорьевна. Рекламный и пиар-текст: Основы редактирования: Учеб. пособие для студ. вузов/ Н.Г.Иншакова. М.: Аспект-Пресс, 2014. - 256 с.
3. Лукашенко М.А. PR: теория и практика: учеб. М.: Маркет ДС, 2010, 328 с.

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

1. Windows 10 Pro
2. WinRAR
3. Microsoft Office Professional Plus 2013
4. Microsoft Office Professional Plus 2016
5. Microsoft Visio Professional 2016
6. Visual Studio Professional 2015
7. Adobe Acrobat Pro DC
8. ABBYY FineReader 12
9. ABBYY PDF Transformer+
10. ABBYY FlexiCapture 11

11. Программное обеспечение «interTESS»
12. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс», версия «эксперт»
13. ПО Kaspersky Endpoint Security
14. «Антиплагиат.ВУЗ» (интернет - версия)
15. «Антиплагиат- интернет»

1. <http://www.marketing.spb.ru> - сайт «Энциклопедия маркетинга».
2. Васильева Л.А. Реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л.А. Васильева. - Электрон. текстовые данные. - Саратов: Вузовское образование, 2016. - 102 с. - 2227-8397. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39114.html>

Автор Рогаль Е.А. Рогаль, к.п.н., доцент кафедры ТиМСДиТ ИПЭиУ СахГУ

Рецензент Дзюма А.А. Дзюма, старший преподаватель кафедры ТиМСДиТ ИПЭиУ СахГУ

Актуализирована и рассмотрена на заседании кафедры ТиМСДиТ ИПЭиУ СахГУ

«09» июня 2018 г., протокол № 16.

Утверждена на совете ИПЭиУ СахГУ
«10» июля 2018 г., протокол № 10/37.