Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 28.10.2026 15:00:03
Уникальный программный ключ:
b066544bae1e449cd8bfce392f7224a676a271b2

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

КАФЕДРА СЕРВИСА И ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.03.01 PR технологии в сервисе

(название дисциплины)

Укрупненная группа: 43.00.00 Сервис и туризм

Образовательная программа высшего образования: программа магистратура

Направление подготовки: 43.04.01 Сервис

Магистерская программа: Социально-культурный сервис

Факультет ресторанно-гостиничного бизнеса

Форма обучения, курс: очная форма обучения 2 курс
заочная форма обучения 2 курс

Рабочая программа адаптирована для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк
2026

Рабочая программа дисциплины «PR технологии в сервисе» для обучающихся по направлению подготовки 43.04.01 Сервис, магистерская программа: Социально-культурный сервис, разработанная в соответствии с ОПОП ВО для набора обучающихся 2026г.

Разработчик: Чубучная Галина Евгеньевна, старший преподаватель кафедры сервиса и гостиничного дела.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры сервиса и гостиничного дела
Протокол от «20» 02 2026 года № 16

Зав. кафедрой сервиса и гостиничного дела

КАФЕДРА СЕРВИСА И ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА

(подпись) Я.В. Дегтярева
(фамилия, инициалы)

СОГЛАСОВАНО
Декан факультета ресторанно-гостининого бизнеса

(подпись) И.В. Кощавка
(фамилия, инициалы)

Дата «24» 02 2026 года

ОДОБРЕНО
Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»
Протокол от « 25 » 03 2026 года № 8
Председатель (подпись) Л.В. Крылова
(инициалы, фамилия)

© Чубучная Г.Е., 2026 год
© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2026 год

1. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

<table>
<tr><td rowspan="2">Наименование показателя</td><td rowspan="2">Наименование укрупненной группы направлений подготовки, направление подготовки, профиль, программа высшего образования</td><td colspan="2">Характеристика дисциплины</td></tr>
<tr><td>очная форма обучения</td><td>заочная/ очно-заочная форма обучения</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Количество зачетных единиц - 3</td><td>Укрупненная группа направлений подготовки
43.00.00 Сервис и туризм</td><td colspan="2" rowspan="2">Формируемая участниками образовательных отношений</td></tr>
<tr><td>Направление подготовки
43.04.01 Сервис</td></tr>
<tr><td>Модулей -1</td><td rowspan="6"></td><td colspan="2">Год подготовки</td></tr>
<tr><td>Смысловых модулей - 2</td><td>2-й</td><td>2-й</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Общее количество часов - 108</td><td colspan="2">Семестр</td></tr>
<tr><td>3-й</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекции</td></tr>
<tr><td rowspan="14">Количество часов в неделю для очной формы обучения:

аудиторных -1,5;
самостоятельной работы обучающегося - 2,2</td><td>16 час.</td><td>8 час.</td></tr>
<tr><td rowspan="13">Программа высшего профессионального образования - программа магистратуры</td><td colspan="2">Практические, семинарские занятия</td></tr>
<tr><td>16 час.</td><td>8 час.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лабораторные занятия</td></tr>
<tr><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">Самостоятельная работа</td></tr>
<tr><td>35,2 час.</td><td>80,4 час.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Индивидуальные задания*:</td></tr>
<tr><td>4 ТМК 0,9 час.</td><td>ТМК</td></tr>
<tr><td colspan="2">Форма промежуточной аттестации: (зачет с оценкой, экзамен)</td></tr>
<tr><td>Зачет с оценкой</td><td>Зачет с оценкой</td></tr>
</table>

Соотношение количества часов аудиторных занятий и самостоятельной работы составляет:
для очной формы обучения - 24/35,2

для заочной формы обучения -16/80,4

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины: формирование у будущего специалиста теоретических знаний и практических навыков по использованию методов организации связей с общественностью в сфере услуг.

Задачи дисциплины: освоение основных теоретических вопросов PR — технологий в сфере услуг и содержания их основных элементов; овладение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятия информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; понимание сущности и значения информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности; ориентироваться в информационных потоках Интернет -ресурсах в области сферы услуг; планировать, организовывать и контролировать деятельность предприятий сферы услуг по связям с общественностью.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 «PR - технологии в сервисе» относится к части формируемой участниками образовательных отношений ОПОП ВО.

Изучение данной дисциплины базируется на знании таких дисциплин: «Маркетинг в сервисе», «Основы менеджмента».

4. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения изучения дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения:**

Код и наименование компетенции	*Код и наименование индикатора достижения компетенции*
ПК-6. Способен применять прикладные методы исследовательской деятельности в сфере услуг	ИДК-1$_{ПК-5}$ Применяет цифровые инструменты для наращивания клиентской базы, увеличения продаж и улучшения взаимодействия с клиентами ИДК-2$_{ПК-5}$ Осуществляет анализ ключевых показателей маркетинговых кампаний в цифровой среде

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать: суть и содержание рекламной деятельности; этические и правовые нормы и принципы создания рекламных обращений; базовые понятия, характеристики и профессиональные термины; особенности анализа данных, основные концептуальные подходы к профессиональной деятельности в сфере связей с общественностью.

уметь: самостоятельно разрабатывать рекламные обращения; организовывать и проводить пресс- конференции, брифинги, составлять пресс-релиз, формировать положительный имидж предприятия гостиничного и ресторанного хозяйства, планировать рекламные компании; ориентироваться в профессиональном мире Public Relations; оценивать эффективность Public Relations в сфере услуг,

владеть: базовыми навыками проведения PR-акций в сфере услуг; составлением пресс-релизов презентаций; ориентироваться в имидже и бренде сервиса услуг.

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Смысловой модуль 1. Общественность в сфере паблик рилейшнз
Тема 1. Истоки, методологические основы управления общественными отношениями
Тема 2. Сущность и теоретические основы связей с общественностью
Тема 3. Связь с средствами массовой информации

Смысловой модуль 2. Понятия имиджа и бренда в сфере PR
Тема 4. Имидж и брэнд как компоненты коммерческого успеха фирмы
Тема 5. Фирменный стиль компании

Смысловой модуль 3. Организация связей с общественностью
Тема 6. Создание и особенности работы PR - отдела
Тема 7. Объем и содержание материалов для презентации

Смысловой модуль 4. Организация служб связи с общественностью на предприятиях гостинично-ресторанного хозяйства
Тема 8. Создание и поддержка имиджа работы предприятий гостинично-ресторанного хозяйства
Тема 9. Оценка эффективности мероприятий связей с общественностью

6. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Название смысловых модулей и тем	**Количество часов**											
	очная форма обучения						заочная форма обучения					
	всего	в том числе					всего	в том числе				
		л[1]	п[2]	лаб[3]	**инд[4]**	СР[5]		л	п	лаб	инд	СР
1	2	3	4	5	**6**	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1.PR - технологии в сервисе												
Смысловой модуль 1. Общественность в сфере паблик рилейшнз												
Тема 1. Истоки, методологические основы управления общественными	8	2	2			4	10	1	1			8
Тема 2. Сущность и теоретические основы связей с общественностью	8	2	2			4	10	1	1			**8**
Тема 3. Связь с средствами массовой информации	8	2	2			4	8	-	-			8
Итого по смысловому модулю 1	**24**	**6**	**6**			**12**	**28**	2	**2**			**24**

Смысловой модуль 2. Понятия имиджа и бренда в сфере PR												
Тема 4. Имидж и брэнд как компоненты коммерческого успеха фирмы	8	2	2			4	12	1	1			10
Тема 5. Фирменный стиль компании	8	2	2			4	12	1	1			10
Итого по смысловому модулю 2	**16**	4	**4**			**8**	**24**	2	**2**			**20**
Смысловой модуль 3. Организация связей с общественностью												
Тема 6. Создание и особенности работы PR - отдела	4	2	2			4	12	1	1			10
Тема 7. Объем и содержание материалов для презентации	**8**	2	2			**4**	12	1	1			10
Итого по смысловому модулю 3	**16**	**4**	**4**			**8**	**24**	2	**2**			**20**
Смысловой модуль 4. Организация служб связи с общественностью на предприятиях												
Тема 8. Создание и поддержка имиджа работы предприятий	**5,35**	**1**	1			3,35	11	1	1			9
Тема 9. Оценка эффективности мероприятий связей с общественностью	**5,85**	1	1			3,85	9,4	1	1			7,4
Итого по смысловому модулю 4	**11,2**	2	**2**			**7,2**	**20,4**	2	**2**			**16,4**
Всего по смысловым модулям	**67,2**	**16**	**16**			**35,2**	**96,4**	8	**8**			**80,4**
Катт	**0,8**				**0,8**		**1,2**				**1,2**	
СРэк												
ИК												
КЭ												
Каттэк	**0,4**				**0,4**		**0,4**				**0,4**	
Контроль												
Всего часов:	**68,4**	16	**16**		**1,2**	**35,2**	**98**				**1,6**	**80,4**

Примечания:

1. л - лекции;
2. п - практические (семинарские) занятия;
3. лаб - лабораторные занятия;
4. СРС - самостоятельная работа;
5. Пр – прочие виды работы (ИК, Катт, КЭ, Каттэк);
6. ИК – индивидуальные консультации;
7. Катт – контактная работа на аттестацию в период теоретического обучения;
8. СРэк – самостоятельная работа в период экзаменационной сессии.
9. КЭ – консультация перед экзаменом
10. Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационной сессии.

7. ТЕМЫ СЕМИНАРСКИХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная/очно-заочная форма
1	Истоки, методологические основы управление общественным отношениям	2	1
2	Сущность и теоретические основы связей с общественностью	2	1
3	Связь с средствами массовой информации	2	1
4	Имидж и брэнд как компоненты коммерческого успеха фирмы	2	1
5	Фирменный стиль компании	2	1
6	Создание и особенности работы PR - отдела	2	1
7	Объем и содержание материалов для презентации	2	-
8	Создание и поддержка имиджа работы предприятий	1	1
9	Оценка эффективности мероприятий связей с общественностью	1	1
Всег		**16**	**8**

8. ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ - не предусмотрены

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма

9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная/очно-заочная форма
1	Истоки, методологические основы управление общественным отношениям	4	8
2	Сущность и теоретические основы связей с общественностью	4	8
3	Связь с средствами массовой информации	4	8
4	Имидж и брэнд как компоненты коммерческого успеха фирмы	4	10
5	Фирменный стиль компании	4	10
6	Создание и особенности работы PR - отдела	4	10
7	Объем и содержание материалов для презентации	4	10
8	Организационная работа с прессой	3,35	9
9	Тема PR в кризисных ситуациях	3,85	7.4
Всего:		**35,2**	**80,4**

10. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

1) для слепых и слабовидящих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
- для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
- письменные задания оформляются увеличенным шрифтом…

2) для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
- экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования…

3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере…

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения зачета для обучающихся устанавливается с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

Зачет может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

1) для слепых и слабовидящих:
   - в печатной форме увеличенным шрифтом;
   - в форме электронного документа;
   - в форме аудиофайла.
2) для глухих и слабослышащих:
   - в печатной форме;
   - в форме электронного документа.
3) для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
   - в печатной форме;
   - в форме электронного документа;
   - в форме аудиофайла.

11. СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные средства детализируются по видам работ в оценочных материалах по дисциплине, которые утверждаются на заседании кафедры.

Система оценивания по дисциплине в очной форме обучения*

Форма контроля	**Макс, количество баллов**	
	За одну работу	**Всего**
Текущий контроль: - устный опрос (темы 1,2,5,8) - реферат, доклад, эссе (темы 7) - тестирование (темы 1-9) - задания (темы 1.4.7)	 3 10 7 5	 12 10 63 15
Промежуточная аттестация	*зачет*	*100*
Итого за семестр	*100*	

* в соответствии с утвержденными оценочными материалами по дисциплине

Система оценивания по дисциплине на заочной форме обучения

Форма контроля	**Макс, количество баллов**	
	За одну работу	**Всего**
Текущий контроль: - дискуссия, собеседование - тестирование - контрольная работа - реферат	 5 8 5 10	 5 80 5 10
Промежуточная аттестация	*зачет*	*100*
Итого за семестр	*100*	

Вопросы для подготовки к зачету

1. Основная цель осуществления PR -деятельности в организации
2. Характеристика PR как: искусство, сфера деятельности, функция управления коммуникациями, стратегия управления коммуникативным пространством, система.
3. История возникновения PR как коммуникативной технологии.
4. Структура PR -деятельности.
5. Основные задачи PACO.
6. Задачи PR -специалистов.
7. Требования к PR - специалисту.
8. Общественность в сфере PR.
9. Стратегия маркетинга - маркетинг-микс.
10. Взаимоотношения PR и маркетинга в организации
11. Функции PR-службы в работе с персоналом.
12. Функции PR-службы в работе с руководством.
13. Основные принципы работы с прессой.
14. Функции связи с прессой.
15. Обязанности ответственного за связь с прессой.
16. Виды прессы.

17.Виды телевизионных мероприятий.
18.Специфика работы с радио.
19.Какими способами придавать информации «дополнительный вес»
20.Что необходимо для подготовки пресс-конференции.
21.Какие материалы нужно подготовить для пресс-конференции.
22.Что такое брифинг. В чем его особенности
23.Регламент проведения круглых столов
24.Основные условия проведения эффективной презентации
25.Цели выставочной деятельности
26.Какие виды визитов на ПГРХ вы знаете
27.PR-акции и их особенности проведения
28.Функции фирменного стиля
29.Что такое товарный знак, правила его создания. Функции товарного знака. Классификация.
30.Понятия «Логотип», «Фирменный блок», «Слоган» требования к их составлению
31.Основные носители компонентов фирменного стиля
32.Этапы разработки фирменного стиля
33.Функции PR-имиджаоздания рекламного имиджа
34.Стадии создания рекламного имиджа
35.Понятие «Бренд» его составные
36.Три подхода к построению PR-отдела
37.Ряд факторов, влияющих на размер PR-подразделения
38.Спектр видов деятельности, осуществляемых PR-отделом
39.Работы, ответственность за которые несёт PR-отдел
40.Функции PR-отдела
41.PR -отдел организации: преимущества и недостатки
42.Объем и содержание материалов для презентации
43.Письмо. Требования к его составлению
44.Информационный релиз
45.Приглашения. Требования к составлению
46.Проспект, его виды и правила написания
47.Брошюра. Цели и правила оформления
48.Отчет. Правила составления и написания
49.PR -программа, правила составления
50.PR-мен, качества которыми должен обладать PR- специалист

12.РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Максимальное количество баллов за текущий контроль и самостоятельную								Максимальная сумма баллов
Смысловой модуль №1			Смысловой модуль №2		Смысловой модуль №3		Смысловой модуль №4	
Т1	Т2	тз	ТЗ	Т4	Тб	Т7	Т8	*100*
15	10	10	12	10	10	23	10	

Примечание. Tl, Т2,... Тб - номера тем соответствующих смысловых модулей

Государственная шкала оценивания академической успеваемости

Сумма баллов за все виды учебной деятельности	**По государственной шкале**
90-100	5 «отлично»/ «зачтено»
75-89	4 «хорошо»/ «зачтено»
60-74	3 «удовлетворительно»/ «зачтено»
Менее 60	2 «неудовлетворительно» / не зачтено

13.РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 459 с.— (Высшее образование).— ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/557156 (дата обращения: 31.08.2025).Чилингир Е.Ю. Реклама и связи с общественностью : учебное пособие для СПО /

2. Ачкасова В.А. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для вузов / В.А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В.А. Ачкасовой, И.А. Быкова. М.: Юрайт, 2023. 163 с.

Дополнительная литература:

1. Бейзеров, В.А. Связи с общественностью: пособие/ В.А. Бейзеров; М-во образования Республики Беларусь, Гомельский гос. Ун-т им. Ф. Скорины. – Гомель: ГГУ им. Ф. Скорины, 2025. – 245 с. - URL: https://reader.lanbook.com/book/508145#2

2. Радионцева, Е. С. Технологии связей с общественностью : учебное пособие / Е. С. Радионцева. — Омск : ОмГТУ, 2023. — 97 с. — ISBN 978-5-8149-3644-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/421730 (дата обращения: 25.03.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Савинова, О. Н. Связи с общественностью в органах власти и управления : учебно-методическое пособие / О. Н. Савинова, К. А. Болдина. — Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2025. — 51 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/507789 (дата обращения: 25.03.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2025. — 572 с. — ISBN 978-5-507-

54035-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/505335 (дата обращения: 25.03.2026).

Учебно-методические издания:

1. Морозова Н.И., PR-**технологии** в **сервисе** : конспект лекций для студентов очной и заочной форм обучения, направления подготовки 43.04.01 Сервис / Н. И. Морозова ; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики (ДНР), ГО ВПО "Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, ; Кафедра сервиса и гостиничного дела. — Донецк : ДонНУЭТ, 2021. — Локал. компьютер сеть НБ ДонНУЭТ. — Систем. требования: ПК с процессором; MS Windows 2000. — Загл. с тит. экрана.

2. Морозова Н.И. PR-**технологии** в **сервисе** : методические рекомендации и указания для практических занятий студентов направления подготовки 43.03.01 Сервис, профиль Социально-культурный сервис, очной и заочной форм обучения / Н.И. Морозова ; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, Кафедра сервиса и гостиничного дела. — Донецк : ДОННУЭТ, 2021. — 41 с. — URL: http://catalog.donnuet.education/. – Режим доступа: Электронная библиотека ДОННУЭТ. – Текст : электронный.

14. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Автоматизированная библиотечная информационная система Unilib UC : версия 2.110 // Научная библиотека Донецкого национального университета экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. - [Донецк, 2021-]. - Текст : электронный.
2. Информио : электрон, справочник / ООО «РИНФИЦ». - Москва : Издат. дом «Информио», [2018?-]. - URL: https://www.informio.ru (дата обращения: 01.01.2023). - Текст : электронный.
3. IPR SMART : весь контент ЭБС IPR BOOKS : цифровой образоват. ресурс / ООО «Ай Пи Эр Медиа». - [Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2022]. - URL: http://www.iprbookshop.ru (дата обращения: 01.01.2023). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст. Аудио. Изображения: электронные.
4. Лань : электрон.-библ. система. - Санкт-Петербург : Лань, cop. 2011-2021. - URL: https://e.lanbook.com/ (дата обращения: 01.01.2023). - Текст : электронный. - Режим доступа: для авторизир. пользователей.
5. СЭБ : Консорциум сетевых электрон, б-к / Электрон.-библ. система «Лань» при поддержке Агентства стратег, инициатив. - Санкт-Петербург : Лань, cop. 2011-2021. - URL: https://seb.e.lanbook.com/ (дата обращения: 01.01.2023). - Режим доступа : для пользователей организаций - участников, подписчиков ЭБС «Лань».
6. Polpred : электрон, библ, система : деловые статьи и интернет-сервисы / ООО «Полпред Справочники». - Москва : Полпред Справочники, cop. 1997-2022. - URL: https://polpred.com (дата обращения: 01.01.2023). - Текст : электронный.
7. Book on lime : дистанц. образование / изд-во КДУ МГУ им. М.В. Ломоносова. - Москва : КДУ, cop. 2017. - URL: https://bookonlime.ru (дата обращения: 01.01.2023) - Текст . Изображение. Устная речь : электронные.
8. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU : информ.-аналит. портал / ООО Научная электронная библиотека. - Москва : ООО Науч, электрон, б-ка, cop. 2000— 2022. - URL: https://elibrary.ru (дата обращения: 01.01.2023). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.
9. CYBERLENINKA : науч, электрон, б-ка «КиберЛенинка» / [Е. Кисляк, Д. Семячкин, М. Сергеев ; ООО «Итеос»]. - Москва : КиберЛенинка, 2012- . - URL:

http://cyberleninka.ru (дата обращения: 01.01.2023). - Текст : электронный.

10. Национальная электронная библиотека: НЭБ: федер. гос. информ, система / М-во культуры Рос. Федерации [и др.]. - Москва : Рос. гос. б-ка : ООО ЭЛАР, [2008-]. - URL: https://rusneb.ru/ (дата обращения: 01.01.2023) - Текст. Изображение : электронные.

11. Научно-информационный библиотечный центр имени академика

12. Л.И. Абалкина / Рос. экон, ун-т им. В.Г. Плеханова. - Москва : KnowledgeTree Inc., 2008- . - URL: http://liber.rea.ru/login.php (дата обращения: 01.01.2023). - Режим доступа: для авторизир. пользователей. - Текст : электронный.

15. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение данной дисциплины включает использование следующего материально-технического обеспечения: аудиторный фонд в соответствии с утвержденным расписанием с использованием мультимедийного демонстрационного комплекса кафедры сервиса и гостиничного дела (проектор, ноутбук).

16. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Фамилия, имя, отчества педагогического (научно-педагогического работника, участвующего в реализации	Условия привлечения (по основному месту работы, на условиях внутреннего/ внешнего совместительства; на условиях	Должность, ученая степень, ученое звание	Уровень образования, наименование специальности, направления подготовки, наименование присвоенной квалификации	Сведения о дополнительном профессиональном образовании
Чубучная Галина Евгеньевна	По основному месту работы	Должность - старший преподаватель кафедры сервиса и гостиничного дела, ученая степень отсутствует, ученое звание отсутствует	Высшее, 43.04.03 Гостиничное дело, магистр	1. Диплом о профессиональной переподготовке ПП № 0001401 от 29.11.2024, «Российское гостеприимство: технология и организация въездного международного туризма в контексте приоритетных страновых направлений», 252 часа, АНО «Центр компетенций в сфере туризма и гостеприимства», г. Санкт-Петербург

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.03.01 PR технологии в сервисе

Направление подготовки 43.04.01 Сервис
Профиль: Социально-культурный сервис
Трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать: суть и содержание рекламной деятельности; этические и правовые нормы и принципы создания рекламных обращений; базовые понятия, характеристики и профессиональные термины; особенности анализа данных, основные концептуальные подходы к профессиональной деятельности в сфере связей с общественностью.

уметь: самостоятельно разрабатывать рекламные обращения; организовывать и проводить пресс- конференции, брифинги, составлять пресс-релиз, формировать положительный имидж предприятия гостиничного и ресторанного хозяйства, планировать рекламные компании; ориентироваться в профессиональном мире Public Relations; оценивать эффективность Public Relations в сфере услуг,

владеть: базовыми навыками проведения PR-акций в сфере услуг; составлением пресс-релизов презентаций; ориентироваться в имидже и бренде сервиса услуг

В результате освоения изучения дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения:**

Код и наименование компетенции	*Код и наименование индикатора достижения компетенции*
ПК-6. Способен применять прикладные методы исследовательской деятельности в сфере услуг	ИДК-1$_{ПК-5}$ Применяет цифровые инструменты для наращивания клиентской базы, увеличения продаж и улучшения взаимодействия с клиентами ИДК-2$_{ПК-5}$ Осуществляет анализ ключевых показателей маркетинговых кампаний в цифровой среде

ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Смысловой модуль 1. Общественность в сфере паблик рилейшнз
Тема 1. Истоки, методологические основы управления общественными отношениями
Тема 2. Сущность и теоретические основы связей с общественностью
Тема 3. Связь с средствами массовой информации

Смысловой модуль 2. Понятия имиджа и бренда в сфере PR
Тема 4. Имидж и брэнд как компоненты коммерческого успеха фирмы
Тема 5. Фирменный стиль компании

Смысловой модуль 3. Организация связей с общественностью
Тема 6. Создание и особенности работы PR - отдела
Тема 7. Объем и содержание материалов для презентации

Смысловой модуль 4. Организация служб связи с общественностью на предприятиях гостинично-ресторанного хозяйства

Тема 8. Создание и поддержка имиджа работы предприятий гостинично-ресторанного хозяйства

Тема 9. Оценка эффективности мероприятий связей с общественность.

Разработчик:

Чубучная Г.Е., ст. преподаватель

(ФИО, ученая степень, ученое звание научно-педагогического работника)

(подпись)

Заведующий кафедрой сервиса и гостиничного дела

Дегтярева Яна Владимировна, к.э.н., доцент

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

(подпись)