

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 16.11.2020 12:06:44

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085acb509ac5da14514155821a10ee37e752d19

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования

"Курский государственный университет"

Кафедра социально-культурного сервиса и туризма

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 29.04.2019 г., №9

Рабочая программа дисциплины

ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ И ПРОДАЖ В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА И ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Связь с общественностью в гостиничном бизнесе

Направление подготовки: 43.03.03 Гостиничное дело

Профиль подготовки: Гостинично-ресторанная деятельность

Квалификация: бакалавр
Форма обучения: заочная

Общая трудоемкость 5 ЗЕТ

Виды контроля на курсах:
экзамен(ы) 3

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	3		Итого	
	уп	рп		
Лекции	4	4	4	4
Практические	8	8	8	8
В том числе инт.	2	2	2	2
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная работа	12	12	12	12
Сам. работа	159	159	159	159
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	180	180	180	180

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	освоение основ теории и практики связей с общественностью как самостоятельной функции управления гостиничной деятельностью и эффективного инструмента позиционирования гостиничного предприятия на рынке
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.13
--------------------	---------

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

Знать:

теоретические основы связей с общественностью;
 общепринятую терминологию, используемую как в специальной литературе, так и в практической деятельности в сфере связей с общественностью;
 современные средства коммуникации;
 методы создания и поддержания имиджа организации и внутри корпоративной культуры;
 теории и закономерности распространения информации в обществе
 формы подачи новостных материалов в связях с общественностью
 методы воздействия на потребителя информации

Уметь:

подбирать и использовать оптимальный набор инструментов продвижения гостиничного предприятия и его услуг
 применять основные методы и технологии связей с общественностью в гостиничном бизнесе
 собирать и обрабатывать информацию, отражающую общественное мнение о гостиничных услугах и создавать сообщения, формирующие общественное мнение

Владеть:

приемами и техниками аргументации
 приемами конструирования новостной информации по гостиничному продукту
 методами воздействия на потребителя информации
 алгоритмом проведения исследований общественного мнения

ПК-4: Способен к интернет-продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания

Знать:

Особенности использования сети Интернет в PR-деятельности
 основные направления связей с общественностью в социальных сетях

Уметь:

использовать современные средства связи и информационные технологии для работы с информацией и принятия решений
 конкретных управленческих решений в сфере связей с общественностью
 подбирать и применять оптимальный набор инструментов интернет-маркетинга в связях с общественностью гостиничного предприятия

Владеть:

методами воздействия на потребителя информации в интернет-пространстве с учетом особенностей целевых аудиторий
 различных интернет-платформ
 алгоритмом проведения исследований общественного мнения в интернет-среде, в том числе в социальных сетях