

Государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования города Москвы
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА
ИМЕНИ Ю.А. СЕНКЕВИЧА»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и методической работе

_____ В.В. Гернеший

«___» _____ 20__ г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ СТУДЕНТОВ И ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

по дисциплине «Связи с общественностью»

по направлению (специальности) 080502.65 «Экономика и управление
на предприятии (туризм и гостиничное хозяйство)»

факультет «Экономика и управление»

форма обучения заочная

блок дисциплин опд .В 3. 1/2

сокращенная программа обучения

Всего учебных занятий 100

(в академических часах)

в том числе: *аудиторных* 8

из них:

лекций 8

лабораторных

практических
(семинарских)

самостоятельных 92

Отчетность

Курсовой проект
(работа)

Зачет 4 семестр

Экзамен

Москва 2013

Рабочая программа составлена на основании ГОС ВПО и учебного плана МГИИТ
на кафедре «Менеджмент и маркетинг туризма»
факультета «Экономика и управление»

Составитель рабочей учебной программы

Корнеева И.Г.

старший преподаватель _____

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры «Менеджмент и маркетинг»

Протокол заседания от «22» января 2013 г. № 5

Заведующий кафедрой _____

В. П. Белова

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета заочного обучения _____

Г.Ф. Кудрявцев

«__» _____ 20 __ г.

Цели и задачи учебной дисциплины, ее место в учебном процессе

Цели дисциплины

Целями изучения настоящей дисциплины является овладение студентами знаниями в области связей с общественностью, включая современную концепцию связей с общественностью, навыками коммуникации с различными группами общественности, а также формирование умений анализировать зарубежный и российский опыт управления связями с общественностью, планировать и организовывать эту работу на предприятии сферы туризма с учетом финансово-экономической специализации студентов. На занятиях формируются такие ключевые предметные, профессиональные и личностные компетенции, как информационные, коммуникативные, ценностно-смысловые, социальные, учебно-познавательные и общекультурные. Этот подход максимально отвечает самой цели связей с общественностью – гармонизации отношений между бизнесом, государством, личностью и обществом на основе информированности, доверия, открытости и понимания роли, задач и действий всех сторон.

Связь с предшествующими дисциплинами

Настоящий курс продолжает овладение студентами блока дисциплин, связанных с менеджментом и маркетингом предприятий туризма, гостинично-ресторанного бизнеса. Курс тесно связан с изучением дисциплины «Технология и организация коммерческой рекламы на предприятиях туризма и гостиничного хозяйства». Он позволяет углубить и расширить понимание роли и технологии управления маркетинговыми коммуникациями в современном бизнесе, уделить больше внимания формированию целого ряда ключевых профессиональных и личностных компетенций будущих специалистов. Это коммуникативные компетенции, включая письменную и устную формы публичного, делового и профессионального общения, информационные - использование передовых