

**Аннотация рабочей программы дисциплины «Современные коммуникации в туризме»**  
**для направления подготовки 43.03.02 Туризм**  
**направленность (профиль образовательной программы) «Организация и предоставление туристских услуг»**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины**

**Цель дисциплины:** ориентация студентов в сущности современных коммуникаций, как функции менеджмента и неотъемлемой части деятельности туристической фирмы

**Задачи дисциплины:**

- дать знания о концепциях организации современных коммуникаций за рубежом и в России;
- познакомить студентов с важнейшими тенденциями развития мировых современных коммуникаций, уяснить специфику российской ситуации;
- дать возможность студентам освоить некоторые методы и технологии современных коммуникаций в турбизнесе.

**2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и индикаторы их достижения**

**2.1. Универсальные компетенции и индикаторы их достижения**

Категория (группа) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Коммуникация	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИД-1 УК-4 – Знает правила и особенности деловой коммуникации на русском и иностранном(ых) языке (ах) ИД-2 УК-4 – Демонстрирует навыки коммуникации в деловой сфере в устной и письменной форме на русском и иностранном (ых) языке (ах)

**3.2. Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения**

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
ПК-9 - Способен проводить мероприятия по продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий	ИД-1 ПК-9 – знает информационные и коммуникативные технологии по продвижению и реализации туристского продукта ИД-2 ПК-9 – умеет проводить мероприятия по формированию, корректировке имиджа организации, а также продвигать и реализовывать туристский продукт с использованием информационных и коммуникативных технологий ИД-3 ПК-9 – владеет приемами работы с основными группами общественности, внутренней и внешней средой туристской фирмы; приемами продвижения и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий
ПК-10 - Способен организовать работу по продвижению, реализации туристского про-	ИД-1 ПК-10 – знает традиции и этические нормы в связях с общественностью в сфере продвижения и реализации туристского продукта ИД-2 ПК-10 – умеет организовать работу по продвижения и

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
дукта и оформлению документов для туристов	реализации туристского продукта, а также оформлению необходимой документации для туристов ИД-3 ПК-10 – владеет навыками работы с прессой (написание пресс-релизов; проведение пресс-конференций); продвижении и реализации туристских продуктов, а также навыками оформления документов для туристов

### 3. Содержание дисциплины

Современные коммуникации как область знаний и сфера профессиональной деятельности в сфере туризма. Общественность и общественное мнение как главные объекты PR деятельности. Теоретические аспекты коммуникации в PR. Механизм функционирования системы публичных отношений, ее инструментарий. Отношения с потребителями в сфере туризма. Внутренние связи с общественностью в туристической фирме. Управление кризисом и возможностями в туристической фирме. Технология формирования имиджа кампании. Менеджмент связей с общественностью в индустрии туризма. Фандрайзинговая деятельность в туризме. PR деятельность в сфере гостеприимства.