

Интегрированные коммуникации в сфере агротуризма

Составители:

Иссерс О.С.,
Никитина Е.А.,
Терских М.В.,
Плотникова О.А.,
Завальников В.П.

Дизайн:

Виниченко М. А.



ОМСК 2010

Цели обучения

- сформировать представление
 - о принципах и методах эффективной профессиональной коммуникации в сфере агротуризма;
 - о специфике рекламной и PR-коммуникации в целом и в агротуристической бизнесе, в частности;
 - о специфике коммуникации при создании, позиционировании и продвижении продукта агротуризма;
- обеспечить формирование теоретических знаний и практических навыков в сфере современных технологий рекламы и PR;



Эффективная профессиональная коммуникация

Реклама в агротуризме
(4 зач.ед.)

Репрезентация истории и культуры региона в туристическом предложении
(3 зач. ед.)

Основы связей с общественностью в агротуризме
(4 зач.ед.)

Речевая коммуникация в сфере туризма и гостеприимства
(3 зач. ед.)

Основы теории коммуникации
(2 зач. ед.)



Основы связей с общественностью в агротуризме

Знания:

- специфики деятельности по связям с общественностью;
- многообразия инструментов реализации связей с общественностью;
- основных технологий планирования, реализации и оценки эффективности программ связей с общественностью



Основы связей с общественностью в агротуризме

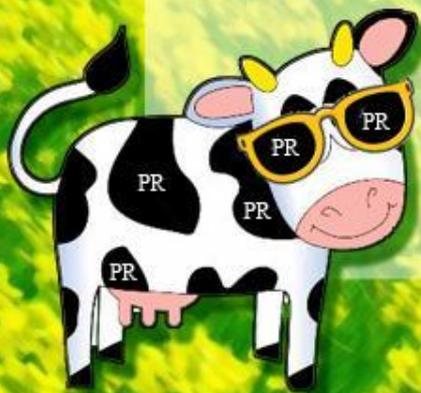
Умения:

- составлять медиаплан;
- планировать и проводить PR-акции и PR-кампании;
- планировать работу структуры по связям с общественностью;
- проводить социолингвистические исследования при помощи различных методов, методик и техник, известных в социальных науках



Основы связей с общественностью в агротуризме

- Связи с общественностью: понятие, история, структура.
- Технология проведения PR-кампании и PR-акций в агротуризме: типология, планирование.
- Мероприятия, направленные на установление и поддержание отношений со средствами массовой информации.
- Спичрайтинг в сфере агротуризма. Типология текстов в связях с общественностью.
- Технологии спонсоринга и фандрайзинга.



Реклама в агротуризме

Знания:

- специфики рекламы как особого вида коммуникации;
- теоретических основ рекламы в сфере агротуризма;
- основных подходов к творческому производству и технологии разработки рекламного продукта;
- технологий планирования, реализации и оценки эффективности рекламных кампаний



Реклама в агротуризме

Умения:

- разрабатывать стратегию позиционирования агропродукта в сфере туризма;
- создавать рекламные сообщения в соответствии с общепринятыми концепциями эффективного позиционирования и продвижения туристического продукта;
- осуществлять тестирование и экспертную оценку рекламного продукта для определения его эффективности и соответствия правовым и этическим нормам



Реклама в агротуризме

- Основы рекламы. Понятие, классификация, объект и рекламная коммуникационная система.
- Разработка рекламного продукта в агротуризме.
- Восприятие туристического продукта. Мотивы потребления, сегментация рынка услуг.
- Продвижение туристического продукта. Формы и инструменты продвижения.
- Рекламные идентификаторы. Основы брендинга.
- Копирайтинг и его основные понятия. Принципы создания рекламных текстов.



Речевая коммуникация

в сфере туризма и гостеприимства

Знания:

- основных понятий, связанных со структурой и осуществлением речевого акта;
- приемов манипулирования общественным сознанием;
- базовых принципов речевого поведения;
- особенностей когнитивных механизмов речевого воздействия



Речевая коммуникация в сфере туризма и гостеприимства

Умения:

- создавать тексты с учетом механизмов речевого воздействия;
- осуществлять анализ языковых ресурсов, используемых в целях воздействия в текстах различных жанров;
- грамотно формулировать собственное суждение относительно приемов аргументации и способов воздействия на адресата



Речевая коммуникация в сфере туризма и гостеприимства

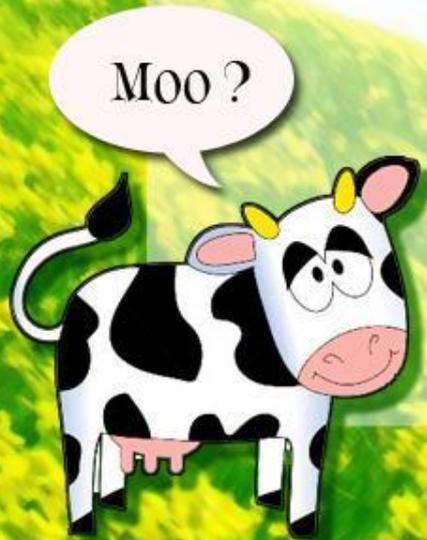
- Понятие о речевом воздействии. Модель коммуникации. Язык как инструмент убеждения. Речевая манипуляция.
- Жанры и навыки делового общения. Деловое письмо. Устное деловое общение.
- Публичное выступление.
- Искусство и техника полемики и переговоров. Приемы аргументации. Уловки и противодействие им. Переговоры.
 - Коммуникативные стратегии и тактики в общении с потребителем туристических услуг. Речевое поведение в сложных коммуникативных ситуациях.
 - Диагностика и совершенствование индивидуального речевого имиджа. Техника речи. Культура речи.



Основы теории коммуникации

Знания:

- основных понятий теории коммуникации;
- факторов изменений коммуникационного процесса;
- основных направлений прикладных исследований в современной теории коммуникации



Основы теории коммуникации

Умения:

- применять различные методики анализа коммуникативного пространства;
- прогнозировать эффективность взаимодействий в определенных коммуникационных условиях;
- выбирать оптимальную коммуникативную стратегию для решения поставленных задач коммуникации;
- создавать собственный профессионально-коммуникационный имидж

Моо ?



Основы теории коммуникации

- Исторические этапы возникновения и развития коммуникации.
- Теоретические концепции коммуникации.
- Типы, формы, уровни и модели коммуникации.
- Коммуникативные процессы.
- Проблема эффективности коммуникации.
- Технологии межличностных коммуникаций.
- Коммуникации в организациях; массовые коммуникации.

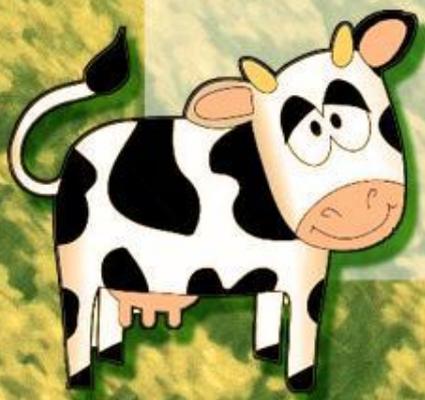
Моо ?



Репрезентация истории и культуры региона в туристическом предложении

Знания:

- методологии организационной деятельности в туристической индустрии с учетом исторических и социокультурных особенностей региона;
- концептуальных основ и технологий рационального использования туристического потенциала территории;
- современных тенденций развития туристических технологий



Репрезентация истории и культуры региона в туристическом предложении

Умения:

- обладать способностью к анализу, планированию и организации в области туристической деятельности с учетом историко-культурных особенностей региона;
- владеть различными методиками описания и изучения социокультурных процессов;
- разрабатывать и внедрять инновационные технологии в туристической индустрии.



Репрезентация истории и культуры региона в туристическом предложении

- Понятие региона как социокультурной реальности.
- Факторы формирования культуры региона.
- Омская область как регион: история формирования.
- Городская и сельская культура омского региона.
- Виды и способы репрезентации истории и культуры региона.



Формы контроля

Текущий контроль: презентация, реферат, case-studies, деловая игра, контрольная работа, тестирование, курсовые проекты

Итоговый контроль:

зачет по дисциплинам «Основы теории коммуникации» и «Репрезентация истории и культуры региона в туристическом предложении»;

экзамен по дисциплинам «Реклама в агротуризме», «Основы связей с общественностью в агротуризме», «Речевая коммуникация в сфере туризма и гостеприимства».



Спасибо за внимание!

