Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 19.11.2026 12:46:41
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 ТУРИЗМА

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебно-методической работе

_____ Л.В. Крылова

«25» марта 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.09 РЕКЛАМА И ПР В ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ

Укрупненная группа направлений подготовки 43.00.00 Сервис и туризм
(код, наименование)

Образовательная программа высшего образования – программа бакалавриата

Направление подготовки 43.03.02 Туризм
(код, наименование)

Профиль: Туризм

Институт/Факультет ресторанно-гостиничного бизнеса

Курс, форма обучения:
очная форма обучения 4 курс
заочная форма обучения 5 курс

Рабочая программа адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Донецк
2026

Рабочая программа дисциплины «Реклама и ПР в туристической сфере» для обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, Профиль Туризм, в соответствии с ОПОП ВО для набора обучающихся 2026 года:
- в 2026 г. - для очной формы обучения;
- в 2026 г. - для заочной формы обучения;

Разработчики: Казакова Ксения Сергеевна, доцент кафедры туризма, кандидат экономических наук, доцент

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры туризма
протокол № 20 от 03.02.2026 г.

Зав. кафедрой туризма

_____ И.А. Ангелина
(подпись)

СОГЛАСОВАНО:
Декан факультета ресторанно-гостиничного бизнеса
_____ И.В. Кощавка
(подпись)
«24» февраля 2026 г.

ОДОБРЕНО
Учебно-методическим советом Университета
Протокол от № 8 от 25.03. 2026 г.
Председатель_____ Л. В. Крылова
(подпись)

© Казакова К.С., 2026
© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2026

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 форма обучения</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Количество зачетных единиц – 4</td><td>Укрупненная группа
43.00.00 Сервис и туризм
(код, название)</td><td colspan="2" rowspan="2">Вариативная</td></tr>
<tr><td>Направление подготовки
43.03.02 Туризм
(код, название)</td></tr>
<tr><td>Модулей – 1</td><td rowspan="6">Профиль
Туризм</td><td colspan="2">Год подготовки</td></tr>
<tr><td>Смысловых модулей – 2_</td><td>4-й</td><td>5-й</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Общее количество

часов – 180</td><td colspan="2">Семестр</td></tr>
<tr><td>7-й</td><td>9-й</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекции</td></tr>
<tr><td>32 час.</td><td>8час.</td></tr>
<tr><td rowspan="11">Количество часов в неделю для очной формы обучения:

аудиторных – 4;
самостоятельной работы обучающегося – 6</td><td rowspan="11">Программа высшего образования – программа бакалавриата</td><td colspan="2">Практические, семинарские занятия</td></tr>
<tr><td>30 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>116,15 час.</td><td>160,55 час.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Индивидуальные задания:</td></tr>
<tr><td>-</td><td>-</td></tr>
<tr><td colspan="2">Форма промежуточной аттестации:</td></tr>
<tr><td>зачет</td><td>зачет</td></tr>
</table>

Соотношение количества часов аудиторных занятий и самостоятельной работы составляет:
для очной формы обучения – 62/116,15
для заочной формы обучения - 16/160,55

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины:

более глубокое усвоение студентами основных направлений рекламной деятельности туристического предприятия и управления связями с общественностью на туристическом рынке; овладение современными методиками формирования рекламы, привлекательного имиджа предприятия, применяемые туристическими предприятиями и организациями на национальном и мировых туристических рынках; разработки эффективной PR -кампании для создания хороших взаимоотношений с целевой аудиторией туристических предприятий и организаций.

Задачи дисциплины:

изучение основных понятий, сущности и значения рекламной деятельности туристического предприятия; характеристика основных элементов имиджа; ознакомление со спецификой разработки и проведения PR-кампаний; определение государственного и правового регулирования PR-деятельности и имиджа туристического предприятия; практических навыков самостоятельной работы с библиотечным фондом.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

Дисциплина Б1.В.09 «Реклама и ПР в туристической сфере» относится к вариативной части ОПОП ВО.

Для изучения курса «Экономика труда» требуются знания и навыки по следующим дисциплинам: «Маркетинг в туризме», «Менеджмент в туризме», «Туристические потребности», «Основы туризмоведения», «Туристические потребности», «Организация туристического обслуживания и технологии продаж».

Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося, необходимые при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин – удовлетворительное усвоение программ по указанным выше дисциплинам. Теоретические дисциплины, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее: «Управление рисками и страхование в туризме», «Бизнес-коммуникации в туризме», «Мониторинг рынка мировых туристических услуг».

4. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), 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*
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИДК-1$_{УК-3}$ Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели. ИДК-2$_{УК-3}$ При реализации своей роли в команде учитывает особенности поведения других членов команды. ИДК-3$_{УК-3}$ Анализирует возможные последствия личных действий и планирует свои действия для достижения заданного результата. ИДК-4$_{УК-3}$ Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды, оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели. ИДК-5$_{УК-3}$ Соблюдает установленные нормы и правила командной работы, несет личную ответственность за общий результат.
ПК-3 Способен к продвижению туристского продукта с использование м современных	ИДК-1$_{ПК-3}$ Осуществляет разработку и проведение экскурсий, мероприятий по продвижению туристского продукта (рекламных кампаний, презентаций, включая работу на специализированных выставках, распространение рекламных материалов, реклама в социальных медиа, месенджерах, тревелблогинг и др.).

Код и наименование компетенции	*Код и наименование индикатора достижения компетенции*
технологий	ИДК-$_{2ПК-3}$ Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать: суть и специфику рекламы и ПР в туризме как современной концепции управления деятельностью в условиях рынка; особенности инструментария формирования привлекательного имиджа предприятия, ПР-деятельности и его влияние на рыночное поведение потребителей; методы оценки имиджа туристического предприятия; основные положения законодательства рыночной деятельности в стране.

уметь: квалифицированно оперировать основными понятиями дисциплины; анализировать и оценивать имидж предприятия; разрабатывать эффективную ПР-кампанию на туристическом предприятии; использовать инструменты имиджмейкинга и ПР в кризисных ситуациях; самостоятельно работать со специальной литературой, критически осмысливать получаемую информацию по проблемам маркетинга, выражать и устно свою позицию по указанным вопросам; применять на практике полученные теоретические знания.

владеть: культурой мышления; навыками эффективного общения с потребителями туристского продукта; навыками аргументированного изложения собственной точки зрения; навыками публичной речи, ведения дискуссии и полемики.

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Смысловой модуль 1. Особенности организации рекламной деятельности в туристической сфере.

Тема 1. Реклама в индустрии туризма.

Тема 2. Виды рекламы в туризме.

Тема 3. Разработка рекламной продукции.

Тема 4. Организация рекламной кампании.

Тема 5. Рекламный бюджет и оценка эффективности рекламной деятельности.

Смысловой модуль 2. Характеристика и особенности применения связей с общественностью в туристической сфере.

Тема 6. Определение и задачи паблик рилейшнз.

Тема 7. Пресс-релиз - основной элемент PR-деятельности.

Тема 8. Паблик рилейшнз в кризисных ситуациях.

5. 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]	СР[4]	ПР[5]		л[1]	п[2]	лаб[3]	СР[4]	ПР[5]
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль. Реклама и ПР в туристической сфере												
Смысловой модуль 1. Особенности организации рекламной деятельности в туристической сфере												
Тема 1. Реклама в индустрии туризма.	22	4	4	-	14	-	22	1	1	-	20	-
Тема 2. Виды рекламы в туризме.	23	4	4	-	15	-	22	1	1	-	20	-
Тема 3. Разработка рекламной продукции.	23	4	4	-	15	-	22	1	1	-	20	-
Тема 4. Организация рекламной кампании.	23	4	4	-	15	-	22	1	1	-	20	-
Тема 5. Рекламный бюджет и оценка эффективности рекламной деятельности.	24	4	4	-	16	-	22	1	1	-	20	-
Итого по смысловому модулю 1	115	20	20	-	75	-	110	5	5	-	100	-
Смысловой модуль 2. Характеристика и особенности применения связей с общественностью в туристической сфере												
Тема 6. Определение и задачи паблик рилейшнз.	19	4	2	-	13	-	22	1	1	-	20	-
Тема 7. Пресс-релиз - основной элемент PR-деятельности.	21	4	4	-	13	-	22	1	1	-	20	-
Тема 8. Паблик рилейшнз в кризисных ситуациях.	23,15	4	4	-	15,15	-	22,55	1	1	-	20,55	-
Итого по смысловому модулю 2	63,15	12	10	-	41,15	-	66,55	3	3	-	**60,55**	-
Катт	***1,6***	**-**	**-**	**-**	**-**	***1,6***	***1,2***	**-**	**-**	**-**	**-**	***1,2***
Кэ	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
Каттэк	***0,25***	**-**	**-**	**-**	**-**	***0,25***	***0,25***	**-**	**-**	**-**	**-**	***0,25***
ИК	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
Контроль	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	***2***	**-**	**-**	**-**	**-**	***2***
Всего часов:	**180**	**32**	**30**	**-**	**116,15**	**1,85**	**180**	**8**	**8**	**-**	**160,55**	**3,45**

Примечания:
1. л – лекции;
2. п – практические (семинарские) занятия;
3. лаб – лабораторные занятия;
4. СР – 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 экзаменационных сессий;
9. КЭ – консультации перед экзаменом
10. Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий.

7. ТЕМЫ СЕМИНАРСКИХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
1.	Реклама в индустрии туризма.	4	1
2.	Виды рекламы в туризме.	4	1
3.	Разработка рекламной продукции.	4	1
4.	Организация рекламной кампании.	4	1
5.	Рекламный бюджет и оценка эффективности рекламной деятельности.	4	1
6.	Определение и задачи паблик рилейшнз.	2	1
7.	Пресс-релиз - основной элемент PR-деятельности.	4	1
8.	Паблик рилейшнз в кризисных ситуациях.	4	1
Всего:		32	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 форма
1.	Реклама в индустрии туризма.	14	20
2.	Виды рекламы в туризме.	15	20
3.	Разработка рекламной продукции.	15	20
4.	Организация рекламной кампании.	15	20
5.	Рекламный бюджет и оценка эффективности рекламной деятельности.	16	20
6.	Определение и задачи паблик рилейшнз.	13	20
7.	Пресс-релиз - основной элемент PR-деятельности.	13	20
8.	Паблик рилейшнз в кризисных ситуациях.	15,15	20,55
Всего:		116,15	160,55

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;
- письменные задания заменяются устным ответом;
- для выполнения задания при необходимости возможно использование собственных увеличивающих устройств;

2) для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа;
- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
- экзамен проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования с использованием дистанционной системы Moodle;

3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа;
- письменные задания заменяются устным ответом;
- экзамен проводится в устной форме.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация 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:

для слепых и слабовидящих:
- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа.

для глухих и слабослышащих:
- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

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, изучаемой в очной форме обучения

Форма контроля	**Макс. количество баллов**	
	За одну работу	**Всего**
Текущий контроль:		
- собеседование (темы 1-8)	2	16
- доклад (темы 1-8)	3	24
- тестирование (темы 1-8)	3	24
- текущий модульный контроль	18	36
Промежуточная аттестация	*зачет*	*100*
Итого за семестр	*100*	

Система оценивания по дисциплине, изучаемой в заочной форме обучения

Форма контроля	**Макс. количество баллов**	
	За одну работу	**Всего**
Текущий контроль:		
- собеседование (темы 1-8)	2	16
- доклад (темы 1-8)	3	24
- тестирование (темы 1-8)	3	24
- контрольная работа	36	36
Промежуточная аттестация	*зачет*	*100*
Итого за семестр	*100*	

Вопросы к зачету:

1. История возникновения и развития рекламы в мире.
2. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций.
3. Классификация рекламы.
4. Планирование рекламной деятельности на предприятии.
5. Особенности рекламы в туризме.
6. Реклама в прессе. Печатная реклама.
7. Радиореклама.
8. Телевизионная реклама.
9. Прямая почтовая реклама.
10. Рекламные сувениры.
11. Наружная реклама.
12. Реклама в Интернете.
13. Личная продажа.
14. Выставочная деятельность как пример рекламы в международном туризме
15. Рекламное обращение - основной элемент рекламы.
16. Принципы составления текстов. Тема и девиз рекламы.
17. Художественное оформление туристической рекламы.
18. Выбор средств распространения рекламной продукции.
19. Сущность рекламных кампаний.
20. Планирование рекламной кампании.
21. Роль рекламных агентств в проведении рекламных кампаний.
22. Организация рекламных кампаний в международном туризме.
23. Определение общего объема средств на рекламу.
24. Распределение рекламных средств по направлениям и статьям расходов.
25. Подходы к измерению эффективности рекламной деятельности туристического предприятия
26. Экономическая эффективность рекламной деятельности в туризме.
27. Коммуникативная эффективность рекламы национального туристического продукта.
28. Понятие «паблик рилейшнз».
29. Особенности PR в туризме
30. Цель, функции, принципы и виды PR.
31. Инструменты PR в туризме.
32. Характеристика PR-процесса на предприятии.
33. Черный PR и методы борьбы с ним.
34. Место пресс-релиза в PR-деятельности предприятия.
35. Структура пресс-релиза.
36. Технология написания пресс-релиза.
37. Природа и сущность кризисов на предприятии.
38. Управление в условиях кризиса.
39. Антикризисный PR.
40. Борьба со слухами.

12. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Текущее тестирование и самостоятельная работа, балл								**Сумма, балл**
Смысловой модуль № 1					**Смысловой модуль № 2**			
Т1[1]	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	Т7	Т8	100
8	8	8	8	26	8	8	26	

Примечание. Т1, Т2, ... Т9 – номера тем соответствующих смысловых модулей

Соответствие государственной шкалы оценивания академической

успеваемости

Сумма баллов за все виды учебной деятельности	По государственной шкале
60-100	«Зачтено»
0-59	«Не зачтено»

13. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Антонец В.Г. Реклама и PR в туристической сфере [Текст] : учебное пособие для студентов укрупненной группы 43.00.00 "Сервис и туризм", направления подготовки 43.03.02 "Туризм", очной, заочной форм обучения / В.Г. Антонец, А.А. Ювко; М-во образования и науки ДНР, ГО ВПО «Донецкий нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского», Каф. туризма.– Донецк: ДонНУЭТ, 2022. – 147 с.

Дополнительная литература:

1. Новолодская, Г. И. Маркетинг в туризме : учебное пособие для бакалавров по направлению подготовки «Туризм» / Г. И. Новолодская, Н. Н. Тушемилова ; Байкальский государственный университет. – Иркутск : Байкальский государственный университет, 2022. – 231 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701299

2. Ангелина, И.А. Маркетинг в туризме [Текст] : учебное пособие для студентов укрупненной группы 43.00.00 "Сервис и туризм" направления подготовки 43.03.02 "Туризм" очной и заочной форм обучения / И. А. Ангелина, В. Г. Антонец ; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики, ГО ВПО "Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского", Факультет ресторанно-гостиничного бизнеса, Кафедра туризма . ─ Донецк : ДонНУЭТ, 2020 . ─ 202, [1] с.

3. Очилова, Х. Ф. Маркетинг туризма : учебник / Х. Ф. Очилова, М. Амонбоев. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 176 с. : ил., табл. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=689008

4. Шевченко, Д. А. Введение в коммуникативные специальности : журналистика, реклама и связи с общественностью : учебник / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 195 с. : ил., табл. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701349

5. Синявец, Т. Д. Бренд-менеджмент : учебник для бакалавров по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» / Т. Д. Синявец ; Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского. – Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского (ОмГУ), 2023. – 207 с. : ил. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=698866

Учебно-методические издания:

1. Антонец В.Г. Реклама и PR в туристической сфере [Текст] : учебное пособие для студентов укрупненной группы 43.00.00 "Сервис и туризм", направления подготовки 43.03.02 "Туризм", очной, заочной форм обучения / В.Г. Антонец, А.А. Ювко; М-во образования и науки ДНР, ГО ВПО «Донецкий нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского», Каф. туризма.– Донецк: ДонНУЭТ, 2022. – 147 с.

2. Ангелина, И.А. Маркетинг в туризме [Текст] : учебное пособие для студентов укрупненной группы 43.00.00 "Сервис и туризм" направления подготовки 43.03.02 "Туризм" очной и заочной форм обучения / И. А. Ангелина, В. Г. Антонец ; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики, ГО ВПО "Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского", Факультет ресторанно-гостиничного бизнеса, Кафедра туризма . ─ Донецк : ДонНУЭТ, 2020 . ─ 202,

[1] с.

3. Реклама и ПР в туристической сфере. Дистанционный курс в системе Moodle. [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://distant.donnuet.ru/.

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. 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.
12. Электронный каталог Научной библиотеки Донецкого национального университета экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. – Донецк : НБ ДОННУЭТ, 1999– . – URL: http://catalog.donnuet.ru (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.

15. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Учебная аудитория «Лаборатория гуманитарной направленности» № 3532 (для проведения занятий лекционного типа): рабочее место преподавателя - 1; рабочие места обучающихся - 52; компьютер в комплекте – 8; интерактивная панель-1; доска магнитно-маркерная -1; мфу – 1.

2. Учебная аудитория № 3334 (для проведения практических занятий, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля,

промежуточной аттестации): рабочее место преподавателя - 1; рабочие места обучающихся - 29; стационарная доска -1.

16. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Фамилия, имя, отчества	Условия привлечения (по основному месту работы, на условиях внутреннего/внешнего совместительства; на условиях договора гражданско-правового характера (далее – договор ГПХ)	Должность, ученая степень, ученое звание	Уровень образования, наименование специальности, направления подготовки, наименование присвоенной квалификации	Сведения о дополнительном профессиональном образовании
Казакова Ксения Сергеевна	по основному месту работы	Должность – доцент, кандидат экономических наук, ученое звание доцент	Высшее, направление подготовки, «Туризм», квалификация «Магистр». Диплом кандидата наук серия КА №000427 Аттестат доцента ДОЦ № 023481	1. Удостоверение о повышении квалификации № 313900002079, от 18.04.2025 г., «Интеллектуальный туризм», 16 часов, ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет», Белгород. 2. Удостоверение о повышении квалификации № 0005408, от 26.04.2025 г., «Развитие сервисных и управленческих технологий гостинично-ресторанного бизнеса в целях формирования и продвижения международных турпродуктов», 108 часов, АНО «Центр компетенций в сфере туризма и гостеприимства», Санкт-Петербург. 3. Удостоверение о повышении квалификации № 0006149, от 12.05.2025 г., «Технологии формирования международного турпродукта для целевых туристических рынков», 72 часа, АНО «Центр компетенций в сфере туризма и гостеприимства», Санкт-Петербург. 4. Удостоверение о повышении квалификации № 0006534, от 17.05.2025 г., «Методы и инструменты продвижения международных турпродуктов на целевых туристических рынках международного въезда», 72 часа, АНО «Центр компетенций в сфере туризма и гостеприимства», Санкт-Петербург. 5. Диплом о профессиональной переподготовке № 231200248209, от 21.08.2025 г., «Тренер-преподаватель в области

				физической культуры и спорта», 520 часов, ООО «НИИТ», Краснодар. 6. Удостоверение о повышении квалификации № 0008525, от 26.06.2025 г., «Разработка международного туристического продукта региона в контексте развития приоритетных видов туризма на основе анализа ресурсной базы региона (Краснодарский край, семейный, горнолыжный и деловой туризм)», 36 часов, АНО «Центр компетенций в сфере туризма и гостеприимства», Санкт-Петербург. 7. Удостоверение о повышении квалификации № 0008368, от 03.07.2025 г., «Разработка международного туристического продукта региона в контексте развития приоритетных видов туризма на основе анализа ресурсной базы региона (Краснодарский край)», 36 часов, АНО «Центр компетенций в сфере туризма и гостеприимства», Санкт-Петербург. 8. Удостоверение о повышении квалификации № 0005179, от 06.10.2025 г., «Повышение привлекательности отеля на основе клиентоориентированного подхода в организации и управлении барами и ресторанами», 16 часов, АНО «Центр компетенций в сфере туризма и гостеприимства», Санкт-Петербург. 9. Удостоверение о повышении квалификации № 0348, от 23.10.2025 г., «Повышение туристской конкурентоспособности регионов в сегменте молодежного и научно-популярного туризма», 16 часов, ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса», дп. Черкизово. 10. Диплом о профессиональной переподготовке № 045000000137, от 31.10.2025 г., «Организация туроператорской и турагентской деятельности», 366 часов, ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса», дп. Черкизово. 11. Удостоверение о повышении квалификации № 440600089321, от 14.11.2025 г., «Мастер воспитания», 72 часа, ФГБОУ ВО «Костромской государственный университет», Кострома. 12. Удостоверение о повышении квалификации № 524824037347, от 18.11.2025 г., «Электронная информационно-образовательная среда», 72 часа, ФГАОУ ВО

				«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет», Нижний Новгород.