

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна  
Должность: Проректор по учебно-методической работе  
Дата подписания: 02.03.2025 14:25:53  
Уникальный программный ключ:  
b066544bae1e449cd8b1e4971029a476a27117

**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

“ 28 ”

2024 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.09 РЕКЛАМА И ПР В ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ**

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

Программа высшего образования – программа бакалавриата

Направление подготовки 43.03.02 Туризм  
(код, наименование)

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  
2024**

Рабочая программа учебной дисциплины «Реклама и ПР в туристической сфере» для обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 Туризм разработанная в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»:

- в 2024 г. - для очной формы обучения;
- в 2024 г. - для заочной формы обучения;

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

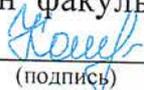
Рабочая программа утверждена на заседании кафедры туризма протокол № 18 « 20 » 02 2024 года

Зав. кафедрой туризма

  
И.А. Ангелина  
(подпись)



СОГЛАСОВАНО:  
Декан факультета ресторанно-гостиничного бизнеса

  
И.В. Кошавка  
(подпись)

Дата « 20 » 02 2024 года



ОДОБРЕНО

Учебно-методическим советом Университета

Протокол от № 7 « 28 » 02 2024 года

Председатель   
Л. В. Крылова  
(подпись)

© Казакова К.С., 2024 год

© ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2024

## 1. ОПИСАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

| Наименование показателя   | Наименование укрупненной группы направлений подготовки, направление подготовки, профиль, программа высшего образования | Характеристика учебной дисциплины        |                        |
|---|--|--|------------------------|
|   |  | очная форма обучения                     | заочная форма обучения |
| Количество зачетных единиц – 4  | Укрупненная группа<br>43.00.00 Сервис и туризм<br>(код, название)  | Вариативная                              |                        |
|   | Направление подготовки<br>43.03.02 Туризм<br>(код, название)   |  |                        |
| Модулей – 1   |  | <b>Год подготовки</b>                    |                        |
| Смысловых модулей – 2   |  | 4-й                                      | 5-й                    |
| Общее количество часов – 180  |  | <b>Семестр</b>                           |                        |
|   |  | 7-й                                      | 9-й                    |
|   |  | <b>Лекции</b>                            |                        |
|   | 36 час.  | 10 час.                                  |                        |
| Количество часов в неделю для очной формы обучения:<br><br>аудиторных – 4;<br>самостоятельной работы обучающегося – 6 | Программа высшего образования – программа бакалавриата   | <b>Практические, семинарские занятия</b> |                        |
|   |  | 34 час.                                  | 12 час.                |
|   |  | <b>Лабораторные занятия</b>              |                        |
|   |  | -  | -                      |
|   |  | <b>Самостоятельная работа</b>            |                        |
|   |  | 110 час.                                 | 158 час.               |
|   |  | <b>Индивидуальные задания*:</b>          |                        |
|   |  | 2ТМК                                     | 2 ТМК                  |
| <b>Форма промежуточной аттестации:</b>  |  |  |                        |
|   | <b>зачет</b>   | <b>зачет</b>                             |                        |

\*для очной формы обучения указывается количество проводимых текущих модульных контролей (например, 2ТМК), при наличии - курсовая работа/проект (КР/КП);

для заочной формы обучения указывается, при наличии, аудиторная письменная работа/контрольная работа (АПР), курсовая работа/проект (КР/КП).

Соотношение количества часов аудиторных занятий и самостоятельной работы составляет:

для очной формы обучения – 70/110

для заочной формы обучения - 22/158

## 2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Цель учебной 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 учебной 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

Учебная дисциплина Б1.В.09 «Реклама и ПР в туристической сфере» относится к вариативной части профессионального цикла по направлению подготовки 43.03.02 Туризм.

*Изучение данной дисциплины базируется на знаниях таких учебных дисциплин:* Маркетинг в туризме, Менеджмент в туризме, Туристические потребности Основы туризоведения, Туристические потребности, Организация туристического обслуживания и технологии продаж.

*Учебная дисциплина является основополагающей для изучения таких учебных дисциплин:* Управление рисками и страхование в туризме, Бизнес-коммуникации в туризме, Мониторинг рынка мировых туристических услуг.

## 4. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы компетенции и индикаторы их достижения:

| <i>Код и наименование компетенции</i>  | <i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>   |
|--|---|
| УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде                        | ИДК-1 <sub>УК-3</sub> Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели.<br>ИДК-2 <sub>УК-3</sub> При реализации своей роли в команде учитывает особенности поведения других членов команды.<br>ИДК-3 <sub>УК-3</sub> Анализирует возможные последствия личных действий и планирует свои действия для достижения заданного результата.<br>ИДК-4 <sub>УК-3</sub> Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды, оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели.<br>ИДК-5 <sub>УК-3</sub> Соблюдает установленные нормы и правила командной работы, несет личную ответственность за общий результат. |
| ПКО-3. Способен к созданию и реализации туристского продукта на основе современных информационно-коммуникативных | ИДК-1 <sub>ПКО-3</sub> Обеспечивает создание базы данных по туристским продуктам и услугам.<br>ИДК-2 <sub>ПКО-3</sub> Участвует в формировании туристских продуктов.<br>ИДК-3 <sub>ПКО-3</sub> Разрабатывает предложения по изменению состава туристского продукта с учетом индивидуальных и специальных требований туриста или осуществляет поиск туристских   |

| <i>Код и наименование компетенции</i>  | <i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>   |
|--|---|
| технологий   | <p>продуктов, наиболее отвечающих требованиям туристов по срокам, цене и уровню качества обслуживания.</p> <p>ИДК-4<sub>ПКО-3</sub> Разрабатывает туристский маршрут. ИДК-5<sub>ПКО-3</sub> Организует продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг.</p> <p>ИДК-6<sub>ПКО-3</sub> Ведет переговоры с партнерами, согласовывает условия взаимодействия по реализации туристских продуктов.</p> <p>ИДК-7<sub>ПКО-3</sub> Определяет условия и заключает договоры на оказание услуг по реализации туристского продукта.</p> <p>ИДК-8<sub>ПКО-3</sub> Обеспечивает выполнение туристским предприятием своих обязательств перед партнерами, сторонними организациями, заказчиками туристских продуктов и туристских услуг.</p>  |
| <p>ПКО-4 Способен организовать процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиентоориентированных технологий</p> | <p>ИДК-1<sub>ПКО-4</sub> Организует процессы обслуживания потребителей на основе анализа рыночного спроса и потребностей туристов и других заказчиков услуг.</p> <p>ИДК-2<sub>ПКО-4</sub> Анализирует жалобы и претензии туристов к качеству туристского обслуживания, подготавливает предложения по предъявлению претензий к принимающей стороне и контрагентам.</p> <p>ИДК-3<sub>ПКО-4</sub> Изучает требования туристов, анализ мотивации спроса на реализуемые туристские продукты.</p> <p>ИДК-4<sub>ПКО-4</sub> Координирует выполнение обязательств по размещению, проживанию, питанию и страхованию туристов на период туристской поездки, их транспортному, визовому, экскурсионному, медицинскому обслуживанию, оказанию дополнительных услуг (культурного и спортивного характера, гидом-переводчиком).</p> |
| <p>ПК-5 Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий</p>  | <p>ИДК-1<sub>ПК-5</sub> Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта (рекламных кампаний, презентаций, включая работу на специализированных выставках, распространение рекламных материалов, реклама в социальных медиа, месенджерах, тревелблогинг и др.).</p> <p>ИДК-2<sub>ПК-5</sub> Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний.</p>   |
| <p>ПК-6 Способен применять инновационные технологии в туристской деятельности и новые формы обслуживания потребителей и (или) туристов</p>   | <p>ИДК-1<sub>ПК-6</sub> Использует инновационные виды сервисной деятельности для удовлетворения основных потребностей туриста, новых форм организации обслуживания и особенностей формирования клиентурных отношений.</p> <p>ИДК-2<sub>ПК-6</sub> Применяет инновационные методы выявления потребностей потребителя, новых приемов обслуживания и клиентоориентированной работы в процессе обслуживания потребителей.</p> <p>ИДК-3<sub>ПК-6</sub> Владеет особенностями функционирования туристских компаний с последующей разработкой технологических алгоритмов работы туристских компаний с отелями и другими объектами размещения;</p>  |

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, PR-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 PR-кампанию на туристическом предприятии; использовать инструменты имиджмейкинга и PR 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 УЧЕБНОЙ 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.

## 6. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

| Название смысловых модулей и тем  | Количество часов     |                |                |                  |                  |                  |                        |             |    |     |     |     |
|---|----------------------|----------------|----------------|------------------|------------------|------------------|------------------------|-------------|----|-----|-----|-----|
|   | очная форма обучения |                |                |                  |                  |                  | заочная форма обучения |             |    |     |     |     |
|   | всего                | в том числе    |                |                  |                  |                  | всего                  | в том числе |    |     |     |     |
|   |                      | л <sup>1</sup> | п <sup>2</sup> | лаб <sup>3</sup> | инд <sup>4</sup> | СРС <sup>5</sup> |                        | л           | п  | лаб | инд | СРС |
| 1   | 2                    | 3              | 4              | 5                | 6                | 7                | 8                      | 9           | 10 | 11  | 12  | 13  |
| <b>Модуль. Реклама и PR в туристической сфере</b>   |                      |                |                |                  |                  |                  |                        |             |    |     |     |     |
| <b>Смысловой модуль 1. Особенности организации рекламной деятельности в туристической сфере</b> |                      |                |                |                  |                  |                  |                        |             |    |     |     |     |
| Тема 1. Реклама в индустрии туризма.  | 19                   | 4              | 3              |                  |                  | 12               | 20                     | 1           | 1  |     |     | 18  |
| Тема 2. Виды рекламы в туризме.   | 19                   | 4              | 3              |                  |                  | 12               | 20                     | 1           | 1  |     |     | 20  |
| Тема 3. Разработка рекламной продукции.   | 20                   | 4              | 4              |                  |                  | 12               | 22                     | 1           | 1  |     |     | 20  |
| Тема 4. Организация рекламной кампании.   | 20                   | 4              | 4              |                  |                  | 12               | 21                     | 1           | 2  |     |     | 20  |
| Тема 5. Рекламный бюджет и оценка эффективности рекламной деятельности.                         | 28                   | 6              | 6              |                  |                  | 16               | 24                     | 2           | 2  |     |     | 20  |
| <b>Итого по смысловому</b>  | 108                  | 22             | 20             |                  |                  | 64               | 107                    | 6           | 7  |     |     | 98  |

| Название смысловых модулей и тем  | Количество часов     |                |                  |                  |                  |                        |            |             |           |     |     |            |
|---|----------------------|----------------|------------------|------------------|------------------|------------------------|------------|-------------|-----------|-----|-----|------------|
|   | очная форма обучения |                |                  |                  |                  | заочная форма обучения |            |             |           |     |     |            |
|   | всего                | в том числе    |                  |                  |                  |                        | всего      | в том числе |           |     |     |            |
| л <sup>1</sup>  |                      | п <sup>2</sup> | лаб <sup>3</sup> | инд <sup>4</sup> | СРС <sup>5</sup> | л                      |            | п           | лаб       | инд | СРС |            |
| <i>модулю 1</i>   |                      |                |                  |                  |                  |                        |            |             |           |     |     |            |
| <b>Смысловой модуль 2. Характеристика и особенности применения связей с общественностью в туристической сфере</b> |                      |                |                  |                  |                  |                        |            |             |           |     |     |            |
| Тема 6. Определение и задачи паблик рилейшнз.   | 23                   | 4              | 4                |                  |                  | 15                     | 23         | 1           | 2         |     |     | 20         |
| Тема 7. Пресс-релиз - основной элемент PR-деятельности.   | 23                   | 4              | 4                |                  |                  | 15                     | 20         | 1           | 1         |     |     | 20         |
| Тема 8. Паблик рилейшнз в кризисных ситуациях.  | 28                   | 6              | 6                |                  |                  | 16                     | 24         | 2           | 2         |     |     | 20         |
| <b>Итого по смысловому модулю 2</b>   | <b>74</b>            | <b>14</b>      | <b>14</b>        |                  |                  | <b>46</b>              | <b>67</b>  | <b>4</b>    | <b>5</b>  |     |     | <b>60</b>  |
| <b>Всего часов</b>  | <b>180</b>           | <b>36</b>      | <b>34</b>        |                  |                  | <b>110</b>             | <b>180</b> | <b>10</b>   | <b>12</b> |     |     | <b>158</b> |

- Примечания: 1. л – лекции;  
2. п – практические (семинарские) занятия;  
3. лаб – лабораторные занятия;  
4. инд – индивидуальные занятия;  
5. СРС – самостоятельная работа.

### 7. ТЕМЫ СЕМИНАРСКИХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

| № п/п         | Название темы   | Количество часов |               |
|---------------|---|------------------|---------------|
|               |   | очная форма      | заочная форма |
| 1.            | Реклама в индустрии туризма.                                    | 3                | 1             |
| 2.            | Виды рекламы в туризме.   | 3                | 1             |
| 3.            | Разработка рекламной продукции.                                 | 4                | 1             |
| 4.            | Организация рекламной кампании.                                 | 4                | 2             |
| 5.            | Рекламный бюджет и оценка эффективности рекламной деятельности. | 6                | 2             |
| 6.            | Определение и задачи паблик рилейшнз.                           | 4                | 2             |
| 7.            | Пресс-релиз - основной элемент PR-деятельности.                 | 4                | 1             |
| 8.            | Паблик рилейшнз в кризисных ситуациях.                          | 6                | 2             |
| <b>Всего:</b> |   | <b>34</b>        | <b>12</b>     |

### 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.                                    | 12               | 18            |
| 2.     | Виды рекламы в туризме.   | 12               | 18            |
| 3.     | Разработка рекламной продукции.                                 | 12               | 20            |
| 4.     | Организация рекламной кампании.                                 | 12               | 18            |
| 5.     | Рекламный бюджет и оценка эффективности рекламной деятельности. | 16               | 20            |
| 6.     | Определение и задачи публичных рилейшнз.                        | 12               | 20            |
| 7.     | Пресс-релиз - основной элемент PR-деятельности.                 | 12               | 18            |
| 8.     | Публичных рилейшнз в кризисных ситуациях.                       | 16               | 20            |
| Всего: |   | 110              | 158           |

## 10. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации учебной 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. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ**

### **Вопросы для текущего модульного контроля (ТМК)**

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

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.

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

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. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Антоненц 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. Антоненц, 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. Антоненц ; 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 PR в туристической сфере. Дистанционный курс в системе Moodle. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://distant.donnuet.ru/>.

## 13. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценочные средства детализируются по видам работ в оценочных материалах по учебной дисциплине, которые утверждаются на заседании кафедры.

Система оценивания по учебной дисциплине по 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     | <i>зачет</i>            | <i>100</i> |
| <b>Итого за семестр</b>      |                         | <i>100</i> |

\* в соответствии с утвержденными оценочными материалами по учебной дисциплине

Система оценивания по учебной дисциплине на 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   | <i>зачет</i>            | <i>100</i> |
| <b>Итого за семестр</b>    |                         | <i>100</i> |

### Вопросы для подготовки к дифференцированному 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.

#### 14. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

| Текущее тестирование и самостоятельная работа, балл |    |    |    |                      |    |    |    | Сумма,<br>балл |
|---|----|----|----|----------------------|----|----|----|----------------|
| Смысловый модуль № 1                                |    |    |    | Смысловый модуль № 2 |    |    |    |                |
| T1 <sup>1</sup>                                     | T2 | T3 | T4 | T5                   | T6 | T7 | T8 | 100            |
| 8   | 8  | 8  | 8  | 26                   | 8  | 8  | 26 |                |

Примечание. T1, T2, ... T9 – номера тем соответствующих смысловых модулей

**Соответствие государственной шкалы оценивания академической успеваемости**

| <b>Сумма баллов за все виды учебной деятельности</b> | <b>По государственной шкале</b> | <b>Определение</b>  |
|--|---------------------------------|---|
| 60-100   | «Зачтено»                       | Правильно выполненная работа. Может быть незначительное количество ошибок |
| 0-59   | «Не зачтено»                    | Неудовлетворительно, с возможностью повторной аттестации                  |

## **15. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА**

### **Основная**

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**

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.

### **Электронные ресурсы**

1. 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>

2. 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>

3. 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>

## **16. 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. Информю : электрон. справочник / ООО «РИНФИЦ». – Москва : Издат. дом «Информю», [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, сор. 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, сор. 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, сор. 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, сор. 2017. – URL: <https://bookonline.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, сор. 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. Библиотечно-информационный комплекс / Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – Москва : Финансовый университет, 2019– . – URL: <http://library.fa.ru/> (дата обращения: 01.01.2023) – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.
13. Университетская библиотека онлайн : электрон. библ. система. – ООО «Директ-Медиа», 2006– . – URL: <https://biblioclub.ru/> (дата обращения: 01.01.2023) – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.
14. 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.

## **17. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Минимально необходимый для реализации ОПП бакалавриата перечень материально-технического обеспечения включает аудиторный фонд в соответствии с утвержденным расписанием с использованием мультимедийного демонстрационного комплекса кафедры туризма (проектор, ноутбук).

### 18. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ 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 отсутствует | Высшее, направление подготовки, «Туризм», квалификация «Магистр». Диплом кандидата наук серия КА №000427.      | <p>1. Сертификат о повышении педагогического мастерства №0420 от 30.09.2020 г., «Учебная программа школы педагогического мастерства по 4-ем направлениям», 20 часов, Государственная организация высшего профессионального образования «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского», Школа педагогического мастерства, г. Донецк.</p> <p>2. Защита кандидатской диссертации, 29.03.2022г. Диплом к.э.н. КА №000427 от 06.06.2022 г., ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», Донецк.</p> <p>3. Удостоверение о повышении квалификации №771802829969 от 27.05.2022 г. по дополнительной профессиональной программе повышения квалификации «Работа в электронной информационно-образовательной среде», 23.05-25.05.2022 г., ФГБОУ ВО "Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова", 16 часов, г. Москва.</p> <p>4. Удостоверение о повышении квалификации № 612400026882 от 24.09.2022г. по программе повышения квалификации «Актуальные вопросы преподавания в образовательных учреждениях высшего образования: нормативно-правовое, психолого-педагогическое и методическое сопровождение», 22.09-24.09.2022г., ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет», 24 часа, г. Ростов-на-Дону.</p> <p>5. Удостоверение о повышении квалификации № 3435, от 03.11.2022 г. по программе «Актуальные вопросы экономики, организации и управления АПК», 01.11- 03.11.2022 г., ФГБОУ ВО «Государственный аграрный университет Северного Зауралья», 16 часов, г. Тюмень.</p> <p>6. Удостоверение о повышении квалификации №0632-МН/22 от 14.06.2022г. по программе «Управление деятельностью туристского информационного центра (региона, муниципалитета)», 23.05-13.06.2022 г., ФГБОУ ВО "Российский государственный</p> |

|  |  |  |  |   |
|--|--|--|--|---|
|  |  |  |  | <p>университет туризма и сервиса", 72 часа, дп.Черкизово.</p> <p>7. Удостоверение о повышении квалификации №3807-МН/22 от 01.11.2022г. по программе «Цифровая грамотность педагога и технологии современной образовательной среды в туризме и гостеприимстве», 04.10-6.10.2022 г., ФГБОУ ВО "Российский государственный университет туризма и сервиса", 72 часа, дп.Черкизово.</p> <p>8. Удостоверение о повышении квалификации №310400030206 от 11.11.2022г. по программе «Управленческие компетенции в условиях трансформирующейся экономики», 07.11-11.11.2022г., ФГАОУ ВО "Белгородский государственный национальный исследовательский университет", 24 часа, Белгород.</p> |
|--|--|--|--|---|