

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:
b066544bae1e449cd8b1e4917029a476a27117

**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 43.00.00 Сервис и туризм (код, название)	Вариативная	
	Направление подготовки 43.03.02 Туризм (код, название)		
Модулей – 1		Год подготовки	
Смысловых модулей – 2		4-й	5-й
Общее количество часов – 180		Семестр	
		7-й	9-й
		Лекции	
	36 час.	10 час.	
Количество часов в неделю для очной формы обучения: аудиторных – 4; самостоятельной работы обучающегося – 6	Программа высшего образования – программа бакалавриата	Практические, семинарские занятия	
		34 час.	12 час.
		Лабораторные занятия	
		-	-
		Самостоятельная работа	
		110 час.	158 час.
		Индивидуальные задания*:	
		2ТМК	2 ТМК
Форма промежуточной аттестации:			
	зачет	зачет	

*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 _{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.
ПКО-3. Способен к созданию и реализации туристского продукта на основе современных информационно-коммуникативных	ИДК-1 _{ПКО-3} Обеспечивает создание базы данных по туристским продуктам и услугам. ИДК-2 _{ПКО-3} Участвует в формировании туристских продуктов. ИДК-3 _{ПКО-3} 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_{ПКО-3} Разрабатывает туристский маршрут. ИДК-5_{ПКО-3} Организует продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг.</p> <p>ИДК-6_{ПКО-3} Ведет переговоры с партнерами, согласовывает условия взаимодействия по реализации туристских продуктов.</p> <p>ИДК-7_{ПКО-3} Определяет условия и заключает договоры на оказание услуг по реализации туристского продукта.</p> <p>ИДК-8_{ПКО-3} 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_{ПКО-4} Организует процессы обслуживания потребителей на основе анализа рыночного спроса и потребностей туристов и других заказчиков услуг.</p> <p>ИДК-2_{ПКО-4} Анализирует жалобы и претензии туристов к качеству туристского обслуживания, подготавливает предложения по предъявлению претензий к принимающей стороне и контрагентам.</p> <p>ИДК-3_{ПКО-4} Изучает требования туристов, анализ мотивации спроса на реализуемые туристские продукты.</p> <p>ИДК-4_{ПКО-4} 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_{ПК-5} 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_{ПК-5} 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_{ПК-6} Использует инновационные виды сервисной деятельности для удовлетворения основных потребностей туриста, новых форм организации обслуживания и особенностей формирования клиентурных отношений.</p> <p>ИДК-2_{ПК-6} Применяет инновационные методы выявления потребностей потребителя, новых приемов обслуживания и клиентоориентированной работы в процессе обслуживания потребителей.</p> <p>ИДК-3_{ПК-6} 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 ¹	п ²	лаб ³	инд ⁴	СРС ⁵		л	п	лаб	инд	СРС
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль. Реклама и PR в туристической сфере												
Смысловой модуль 1. Особенности организации рекламной деятельности в туристической сфере												
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
Итого по смысловому	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 ¹		п ²	лаб ³	инд ⁴	СРС ⁵	л		п	лаб	инд	СРС	
<i>модулю 1</i>												
Смысловой модуль 2. Характеристика и особенности применения связей с общественностью в туристической сфере												
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
Итого по смысловому модулю 2	74	14	14			46	67	4	5			60
Всего часов	180	36	34			110	180	10	12			158

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
Всего:		34	12

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 релейшнз.	12	20
7.	Пресс-релиз - основной элемент PR-деятельности.	12	18
8.	Публичная релейшнз 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 «публик 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>
Итого за семестр		<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>
Итого за семестр		<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, балл
Смысловый модуль № 1				Смысловый модуль № 2				
T1 ¹	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

Сумма баллов за все виды учебной деятельности	По государственной шкале	Определение
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>
--	--	--	--	---