

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:

ФИО: Крылова Людмила Витальевна

Должность: Проректор по учебно-методической работе

Дата подписания: 03.12.2025 16:19:59

Уникальный программный ключ:

b066544bae1e449cd8bf63192f7224a676a271b2

**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**



**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  
2025

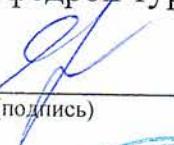
Рабочая программа учебной дисциплины «Реклама и ПР в туристической сфере» для обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 Туризм разработанная в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»:

- в 2025 г. - для очной формы обучения;
- в 2025 г. - для заочной формы обучения;

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

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры туризма  
протокол № 18 « 18 » 02 2025 года

Зав. кафедрой туризма

  
\_\_\_\_\_  
И.А. Ангелина  
(подпись)

КАФЕДРА  
ТУРИЗМА

**СОГЛАСОВАНО:**

Декан факультета ресторанно-гостиничного бизнеса

  
\_\_\_\_\_  
И.В. Кощавка  
(подпись)

Дата « 18 » 02 2025 года

**ОДОБРЕНО**

Учебно-методическим советом Университета  
Протокол от № 7 « 26 » 02 2025 года  
Председатель \_\_\_\_\_ Л. В. Крылова  
(подпись)

© Казакова К.С., 2025 год

© ФГБОУ ВО «Донецкий национальный  
университет экономики и торговли имени  
Михаила Туган-Барановского», 2025

## 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		<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>	
		32 час.	8час.
Количество часов в неделю для очной формы обучения:  аудиторных – 4; самостоятельной работы обучающегося – 6	Программа высшего образования – программа бакалавриата	<b>Практические, семинарские занятия</b>	
		30 час.	8 час.
		<b>Лабораторные занятия</b>	
		-	-
		<b>Самостоятельная работа</b>	
		116,15 час.	160,55 час.
		<b>Индивидуальные задания*:</b>	
		-	-
		<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 – 62/116,15

для заочной формы обучения - 16/160,55

## **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 туризмоведения, 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-1ук-3 Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели. ИДК-2ук-3 При реализации своей роли в команде учитывает особенности поведения других членов команды. ИДК-3ук-3 Анализирует возможные последствия личных действий и планирует свои действия для достижения заданного результата. ИДК-4ук-3 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды, оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели. ИДК-5ук-3 Соблюдает установленные нормы и правила командной работы, несет личную ответственность за общий результат.
ПК-3 Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий	ИДК-1пк-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, мессенджерах, тревелблогинг и др.). 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 УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Смысовой 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.

### Смысовой 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 смысовых модулей и тем	Количество часов											
	очная форма обучения					заочная форма обучения						
	всего	в том числе				всего	в том числе				всего	в том числе
		Л <sup>1</sup>	П <sup>2</sup>	лаб <sup>3</sup>	инд <sup>4</sup>		Л <sup>1</sup>	П <sup>2</sup>	лаб <sup>3</sup>	инд <sup>4</sup>		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>Модуль. Реклама и ПР в туристической сфере</b>												
<b>Смысовой модуль 1. Особенности организации рекламной деятельности в туристической сфере</b>												
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	24	4	4	-	-	16	22	1	1	-	-	20

Название смысловых модулей и тем	Количество часов											
	всего	очная форма обучения					всего	заочная форма обучения				
		в том числе						л <sup>1</sup>	п <sup>2</sup>	лаб <sup>3</sup>	инд <sup>4</sup>	CPC <sup>5</sup>
рекламной деятельности.												
<b>Итого по смысловому модулю 1</b>	115	20	20	-	-	75	110	5	5	-	-	100
<b>Смысловой модуль 2. Характеристика и особенности применения связей с общественностью в туристической сфере</b>												
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
<b>Итого по смысловому модулю 2</b>	63,15	12	10	-	-	41,15	66,55	3	3	-	-	60,55
Катт	<b>1,6</b>	-	-	-	<b>1,6</b>	-	<b>1,2</b>	-	-	-	<b>1,2</b>	-
КЭ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Каттэк	<b>0,25</b>	-	-	-	<b>0,25</b>	-	<b>0,25</b>	-	-	-	<b>0,25</b>	-
ИК	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Контроль	-	-	-	-	-	-	<b>2</b>	-	-	-	<b>2</b>	-
<b>Всего часов:</b>	<b>180</b>	<b>32</b>	<b>30</b>	-	<b>1,85</b>	<b>116,15</b>	<b>180</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	-	<b>3,45</b>	<b>160,55</b>

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

## 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
<b>Всего:</b>		<b>32</b>	<b>8</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.	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 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)

#### **Смысовой 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.

#### **Смысовой 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. 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/>.

## **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\*

<b>Форма контроля</b>	<b>Макс. количество баллов</b>	
	<b>За одну работу</b>	<b>Всего</b>
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
<b>Итого за семестр</b>		<b>100</b>

\* в соответствии с утвержденными оценочными материалами по учебной дисциплине

Система оценивания по учебной дисциплине на заочной форме обучения

<b>Форма контроля</b>	<b>Макс. количество баллов</b>	
	<b>За одну работу</b>	<b>Всего</b>
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
<b>Итого за семестр</b>		<b>100</b>

**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	
Смысловой модуль № 1					Смысловой модуль № 2				
T1 <sup>1</sup>	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8		
8	8	8	8	26	8	8	26	100	

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. 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, 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://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, 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 «Итесос»]. – 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., ФГБОУВО "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</p>

				<p>14.06.2022г. по программе «Управление деятельностью туристского информационного центра (региона, муниципалитета)», 23.05-13.06.2022 г., ФГБОУ ВО "Российский государственный 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> <p>9. Удостоверение о повышении квалификации № 612400045073, от 24.10.2025 г., «Система высшего образования как ключевой фактор научно-технологического развития», 36 часа, ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет», Ростов-на-Дону.</p> <p>10. Удостоверение о повышении квалификации №800400005465 от 25.11.2025г., «Современные информационные технологии в образовательной среде», 28.10-06.11.2025 г., ФГБОУ ВО ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, 36 ч.</p>
--	--	--	--	---