Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 28.02.2025 13:04:15
Уникальный программный ключ:
b066544bae1e449cd8bfce392f7224a676a271b2

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ ИМЕНИ МИХАИЛА ТУГАН-БАРАНОВСКОГО»

КАФЕДРА СЕРВИСА И ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебно-методической работе
_____ Л. В. Крылова
(подпись)
«28» 02 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.20 PR – ТЕХНОЛОГИИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

(шифр, название учебной дисциплины в соответствии с учебным планом)

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

Программа высшего образования – программа бакалавриата

Направление подготовки 43.03.03 Гостиничное дело
(код, наименование)

Профиль: Гостинично-ресторанное дело
(наименование)

Факультет ресторанно - гостиничного бизнеса

Форма обучения, курс:
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 «PR – технологии в гостиничном бизнесе» для обучающихся по направлению подготовки: 43.03.03 Гостиничное дело, профиль Гостинично-ресторанное дело 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.

Разработчик: Морозова Наталья Игоревна, доцент кафедры сервиса и гостиничного дела, кандидат экономических наук

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры сервиса и гостиничного дела
Протокол от «22» 02 2024 года № 16

Зав. кафедрой _____ КАФЕДРА СЕРВИСА И ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА Я.В. Дегтярева
(подпись) (инициалы, фамилия)

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета ресторанно-гостиничного бизнеса

_____ И.В. Кощавка
(подпись) (инициалы, фамилия)

Дата «26» 02 2024 года

ОДОБРЕНО

Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»
Протокол от «28» февраля 2024 года № 7

Председатель _____ Л.В. Крылова
(подпись) (инициалы, фамилия)

© Морозова Н.И., 2024 год
(ФИО разработчика)
© ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2024 год

1. ОПИСАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

<table>
<tr><td rowspan="2">Наименование показателя</td><td rowspan="2">Наименование укрупненной группы направлений подготовки, направление подготовки, профиль, программа высшего образования</td><td colspan="2">Характеристика учебной дисциплины</td></tr>
<tr><td>очная форма обучения</td><td>заочная/ очно-заочная форма обучения</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Количество зачетных единиц – 2</td><td>Укрупненная группа направлений подготовки
43.00.00 Сервис и туризм</td><td colspan="2" rowspan="2">Формируемая участниками образовательных отношений</td></tr>
<tr><td>Направление подготовки
43.03.03 Гостиничное дело</td></tr>
<tr><td>Модулей – 1</td><td rowspan="9">Профиль
Гостинично-ресторанное дело</td><td colspan="2">Год подготовки</td></tr>
<tr><td>Смысловых модулей – 4</td><td>4-й</td><td>5-й</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Общее количество часов – 144</td><td colspan="2">Семестр</td></tr>
<tr><td>7-й</td><td>Летняя сессия</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекции</td></tr>
<tr><td rowspan="11">Количество часов в неделю для очной формы обучения:

аудиторных – 1,9;
самостоятельной работы обучающегося – 6</td><td>18 час.</td><td>12 час.</td></tr>
<tr><td rowspan="10">Программа высшего профессионального образования – программа бакалавриата</td><td colspan="2">Практические, семинарские занятия</td></tr>
<tr><td>16 час.</td><td>12 час.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лабораторные занятия</td></tr>
<tr><td>-</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">Самостоятельная работа</td></tr>
<tr><td>108,85 час.</td><td>115,95</td></tr>
<tr><td colspan="2">Индивидуальные задания*:</td></tr>
<tr><td>4 ТМК
0,9 час.</td><td>ТМК
1,8</td></tr>
<tr><td colspan="2">Форма промежуточной аттестации:
(зачет с оценкой, экзамен)</td></tr>
<tr><td>Зачет</td><td>Зачет</td></tr>
</table>

Примечание. Для очной формы обучения указывается количество проводимых текущих модульных контролей (например, 2ТМК), при наличии – курсовая работа/курсовой проект (КР/КП); для заочной формы обучения указывается, при наличии, аудиторная письменная работа/контрольная работа (АПР), курсовая работа/ курсовой проект (КР/КП).

Соотношение количества часов аудиторных занятий и самостоятельной работы составляет:
для очной формы обучения – 34/108,85
для заочной формы обучения – 24/115,95

1.ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель учебной дисциплины: формирование у будущего специалиста теоретических знаний и практических навыков по использованию методов организации связей с общественностью в сфере услуг.

Задачи учебной дисциплины: освоение основных теоретических вопросов PR – технологий в сфере услуг и содержания их основных элементов; овладение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятия информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; понимание сущности и значения информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности; ориентироваться в информационных потоках Интернет -ресурсах в области сферы услуг; планировать, организовывать и контролировать деятельность предприятий сферы услуг по связям с общественностью.

3. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

Учебная дисциплина Б1.В.20 «PR – технологии в гостиничном бизнесе» относится к части формируемой участниками образовательных отношений ОПОП ВО.

Изучение данной дисциплины базируется на знании таких учебных дисциплин: «Маркетинг», «Экономика предприятия».

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**:

Код и наименование компетенции	*Код и наименование индикатора достижения компетенции*
ПК-2.Способен к организации продаж гостинично-ресторанного продукта на основе современных рыночных технологий	ИДК-1$_{ПК-2}$Осуществляет оценку и анализ программ продаж гостинично-ресторанного продукта ИДК-2$_{ПК-2}$Принимает участие в разработке ценовой и сбытовой политики предприятия ИДК-3$_{ПК-2}$Осуществляет проведение мероприятий по продаже гостинично-ресторанного продукта с использованием современных технологий.
ПК-3.Способен к продвижению гостинично-ресторанного продукта с использованием современных информационных технологий	ИДК-1$_{ПК-3}$Анализирует рыночную ситуацию и выбор целевых сегментов потребителей ИДК-2$_{ПК-3}$Разрабатывает программу продвижения гостинично-ресторанного продукта на основе современных информационно-коммуникативных технологий. ИДК-3$_{ПК-3}$Осуществляет проведение мероприятий по продвижению гостинично-ресторанного продукта целевым сегментам потребителей и индивидуальным клиентам. ИДК-4$_{ПК-3}$Проводит мероприятия по оценке эффективности программ продвижения.
ПК-6. Способен использовать методы мониторинга и прогнозирования развития рынка гостиничных услуг	ИДК-1$_{ПК-6}$Использует существующие технологии проведения мониторинга рынка услуг гостеприимства и методов исследования гостиничного продукта на рынке индустрии размещения и питания;

Код и наименование компетенции	*Код и наименование индикатора достижения компетенции*
	ИДК-2$_{ПК-6}$Применяет методики определения рыночных потребностей, реальный объем продаж гостиничного продукта. ИДК-3$_{ПК-6}$Осуществляет на основе полученной информации про-гнозирование объемов и ассортимента гостинично-ресторанных услуг

В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен:

знать: суть и содержание рекламной деятельности; этические и правовые нормы и принципы создания рекламных обращений; базовые понятия, характеристики и профессиональные термины; особенности анализа данных, основные концептуальные подходы к профессиональной деятельности в сфере связей с общественностью.

уметь: самостоятельно разрабатывать рекламные обращения; организовывать и проводить пресс-конференции, брифинги, составлять пресс-релиз, формировать положительный имидж предприятия гостиничного и ресторанного хозяйства, планировать рекламные компании; ориентироваться в профессиональном мире Public Relations; оценивать эффективность Public Relations в сфере услуг.

владеть: базовыми навыками проведения PR-акций в сфере услуг; составлением пресс-релизов, презентаций; ориентироваться в имидже и бренде сервиса услуг.

5. ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Смысловой модуль 1. Общественность в сфере паблик рилейшнз

Тема 1. Истоки, методологические основы управления общественными отношениями

Тема 2. Сущность и теоретические основы связей с общественностью

Тема 3. Связь с средствами массовой информации

Смысловой модуль 2. Понятия имиджа и бренда в сфере PR

Тема 4. Имидж и брэнд как компоненты коммерческого успеха фирмы

Тема 5. Фирменный стиль компании

Смысловой модуль 3. Организация связей с общественностью

Тема 6. Создание и особенности работы PR – отдела

Тема 7. Объем и содержание материалов для презентации

Смысловой модуль 4. Организация служб связи с общественностью на предприятиях гостинично-ресторанного хозяйства

Тема 8. Создание и поддержка имиджа работы предприятий гостинично-ресторанного хозяйства

Тема 9. Оценка эффективности мероприятий связей с общественностью

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]	СР[5]		л	п	лаб	инд	СР
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1. PR – технологии в гостиничном бизнесе												
Смысловой модуль 1. Общественность в сфере паблик рилейшнз												
Тема 1. Истоки, методологические основы управления общественными отношениями	16	2	2			12	17	2	2			13
Тема 2. Сущность и теоретические основы связей с общественностью	16	2	2			12	15	1	1			13
Тема 3. Связь с средствами массовой информации	16 2		2	12	15	1	1					13
Итого по смысловому модулю 1	**48**	**6**	**6**			**36**	***47***	***4***	***4***			***39***
Смысловой модуль 2. Понятия имиджа и бренда в сфере PR												
Тема 4. Имидж и брэнд как компоненты коммерческого успеха фирмы	16 2		2	12	17	2	2					13
Тема 5. Фирменный стиль компании	16	2	2			12	17	2	2			13
Итого по смысловому модулю 2	**32**	**4**	**4**			**24**	***34***	***4***	***4***			***26***
Смысловой модуль 3. Организация связей с общественностью												
Тема 6. Создание и особенности работы PR – отдела	**16**	2	2			12	15	1	1			13
Тема 7. Объем и содержание материалов для презентации	**16**	2	2			12	15	1	1			13
Итого по смысловому модулю 3	**32**	**4**	**4**			**24**	***30***	***2***	***2***			***26***
Смысловой модуль 4. Организация служб связи с общественностью на предприятиях												
Тема 8. Создание и поддержка имиджа работы предприятий	**15**	2	1			12	15	1	1			13
Тема 9. Оценка эффективнос и мероприятийт связей с общественностью	**15,85**	2	1			12,85	13,95	1	1			11,95
Итого по смысловому модулю 4	**30,85**	**4**	**2**			**24,85**	***28,95***	***2***	***2***			***24,95***
Всего по смысловым модулям	**142,85**	**18**	**16**			**108,85**	**139,95**	**12**	**12**			**115,95**
Катт	**0,9**				**0,9**		**1,8**	**1,8**			**1,8**	
СРэк												
ИК												
КЭ												
Каттэк	**0,25**				**0,25**		**0,25**	**0,25**			**0,25**	
Контроль							**2**	**2**			**2**	
Всего часов:	**144**	**18**	**16**		**1,15**	**108,85**	**144**	**12**	**12**		**2,25**	**115,95**

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

5. СР – самостоятельная работа.

7. ТЕМЫ СЕМИНАРСКИХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная/очно-заочная форма
1	Истоки, методологические основы управление общественным отношениям	2	2
2	Сущность и теоретические основы связей с общественностью	2	1
3	Связь с средствами массовой информации	2	1
4	Имидж и брэнд как компоненты коммерческого успеха фирмы	2	1
5	Фирменный стиль компании	2	1
6	Создание и особенности работы PR – отдела	2	2
7	Объем и содержание материалов для презентации	2	2
8	16Создание и поддержка имиджа работы пр16едприятий	1	1
9	Оценка эффективности мероприятий связей с общественностью	1	1
Всего:		16	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/очно-заочная форма
1	Истоки, методологические основы управление общественным отношениям	12	13
2	Сущность и теоретические основы связей с общественностью	12	13
3	Связь с средствами массовой информации	12	13
4	Имидж и брэнд как компоненты коммерческого успеха фирмы	12	13
5	Фирменный стиль компании	12	13
6	Создание и особенности работы PR – отдела	12	13
7	Объем и содержание материалов для презентации	12	13
8	Организационная работа с прессой	12	13 11,
9	Тема PR в кризисных ситуациях	12,85	95 115,
Всего:		108,85	95

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 глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа;
- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
- зачёт проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

2) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа;
- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
- зачёт проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

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:

1) для глухих и слабослышащих:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;

2) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

11. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

Вопросы для текущего модульного контроля:

Смысловой модуль 1. Общественность в сфере паблик рилейшнз

Тема 1. Истоки, методологические основы управления общественными отношениям

1. Основная основная цель осуществления PR -деятельности в организации
2. Характиристика PR как: искусство, сфера деятельности, функция управления коммуникациями, стратегия управления коммуникативным пространством, система.
3. История возникновения PR как коммуникативной технологии.
4. Основные задачи IPRA.
5. Основные задачи PACO.
6. Задачи PR –специалистов.
7. Требования к PR – специалисту.
8. Общественность в сфере PR.
9. Стратегия маркетинга – маркетинг-микс.
10. Взаимоотношения PR и маркетинга в организации
11. Функции PR-службы в работе с персоналом.

12.Функции PR-службы в работе с руководством.

Тема 2. Сущность и теоретические основы связей с общественностью
1. Основные принципы работы с прессой.
2. Функции связи с прессой.
3. Обязанности ответственного за связь с прессой.
4. Виды прессы.
5. Виды телевизионных мероприятий.
6. Специфика работы с радио.
7. Какими способами придавать информации «дополнительный вес»

Тема 3. Связь с средствами массой информации
1. Что необходимо для подготовки пресс-конференции.
2. Какие материалы нужно подготовить для пресс-конференции.
3. Что такое брифинг. В чем его особенности
4. Регламент проведения круглых столов
5. Основные условия проведения эффективной презентации
6. Цели выставочной деятельности
7. Какие виды визитов на ПГРХ вы знаете
8. PR-акции и их особенности проведения

Смысловой модуль 2. ПОНЯТИЯ ИМИДЖА И БРЕНДА В СФЕРЕ PR

Тема 4. Имидж и брэнд как компоненты коммерческого успеха фирмы
1. Функции фирменного стиля
2. Что такое товарный знак, правила его создания. Функции товарного знака. Классификация.
3. Понятия «Логотип», «Фирменный блок», «Слоган» требования к их составлению
4. Основные сновные носители осители компонентов фирменного ирменного стиля разрафирменного стиля
5. Этапы разработки фирменного стиля
6. Функции PR-имиджаоздания рекламного имиджа
7. Стадии создания рекламного имиджа
8. Понятие «Бренд» его составные

Тема 5. Фирменный стиль компании
1. Виды торговых знаков?
2. Понятие товарного знака.
3. Понятие фирменного стиля
4. Основные компоненты фирменного стиля
5. Функции товарных знаков

Смысловой модуль 3. ОРГАНИЗАЦИЯ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Тема 6. Создание и особенности работы PR-отдела
1. Объем и содержание материалов для презентации
2. Письмо. Требования к его составлению
3. Информационный релиз
4. Приглашения. Требования к составлению
5. Проспект, его виды и правила написания
6. Брошюра. Цели и правила оформления
7. Отчет. Правила составления и написания

Тема 7. Объем и содержание материалов для презентации

1.Что такое письмо, его составляющие?
2. PR – материалы для внешней аудитории
3. PR – материалы для внутренней аудитории
4. PR – материалы для СМИ

Смысловой модуль 4. ОРГАНИЗАЦИЯ СЛУЖБ СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

Тема 8. Создание и поддержка имиджа работы предприятий

Что такое внутренняя общественность?

1. Понятие имиджа организации.
2. Сущность PR – рекламы имиджа
3. Какие мероприятия проводятся на предприятиях?

Тема 9. Оценка эффективности мероприятий связей с общественностью

1. В чем заключается оценка хода реализации ПР-программы?
2. В чем заключается оценка результатов выполнения ПР-программы?
3. Перечислите требования к личным качествам специалистов по паблик рилейшнз

12. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

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: - устный опрос (темы 1,2,5,8) - реферат, доклад, эссе (темы 7) - тестирование (темы 1-9) - задания (темы 1.4.7)	 3 10 7 5	 12 10 63 15
Промежуточная аттестация	*зачет*	*100*
Итого за семестр	*100*	

* 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: - дискуссия, собеседование - тестирование - контрольная работа - реферат	 5 8 5 10	 5 80 5 10
Промежуточная аттестация	*зачет*	*100*
Итого за семестр	*100*	

Вопросы для подготовки к зачету

:

1. Основная цель осуществления PR -деятельности в организации
2. Характиристика PR как: искусство, сфера деятельности, функция управления коммуникациями, стратегия управления коммуникативным пространством, система.

3. История возникновения PR как коммуникативной технологии.
4. Основные задачи IPRA.
5. Основные задачи PACO.
6. Задачи PR –специалистов.
7. Требования к PR – специалисту.
8. Общественность в сфере PR.
9. Стратегия маркетинга – маркетинг-микс.
10. Взаимоотношения PR и маркетинга в организации
11. Функции PR-службы в работе с персоналом.
12. Функции PR-службы в работе с руководством.
13. Основные принципы работы с прессой.
14. Функции связи с прессой.
15. Обязанности ответственного за связь с прессой.
16. Виды прессы.
17. Виды телевизионных мероприятий.
18. Специфика работы с радио.
19. Какими способами придавать информации «дополнительный вес»
20. Что необходимо для подготовки пресс-конференции.
21. Какие материалы нужно подготовить для пресс-конференции.
22. Что такое брифинг. В чем его особенности
23. Регламент проведения круглых столов
24. Основные условия проведения эффективной презентации
25. Цели выставочной деятельности
26. Какие виды визитов на ПГРХ вы знаете
27. PR-акции и их особенности проведения
28. Функции фирменного стиля
29. Что такое товарный знак, правила его создания. Функции товарного знака. Классификация.
30. Понятия «Логотип», «Фирменный блок», «Слоган» требования к их составлению
31. Основные носители компонентов фирменного стиля
32. Этапы разработки фирменного стиля
33. Функции PR-имиджаоздания рекламного имиджа
34. Стадии создания рекламного имиджа
35. Понятие «Бренд» его составные
36. Три подхода к построению PR-отдела
37. Ряд факторов, влияющих на размер PR-подразделения
38. Спектр видов деятельности, осуществляемых PR-отделом
39. Работы, ответственность за которые несёт PR-отдел
40. Функции PR-отдела
41. PR -отдел организации: преимущества и недостатки
42. Объем и содержание материалов для презентации
43. Письмо. Требования к его составлению
44. Информационный релиз
45. Приглашения. Требования к составлению
46. Проспект, его виды и правила написания
47. Брошюра. Цели и правила оформления
48. Отчет. Правила составления и написания
49. PR –программа, правила составления
50. PR-мен, качества которыми должен обладать PR- специалист

6. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Текущее тестирование и самостоятельная работа								*Сумма, балл*
Смысловой модуль №1			Смысловой модуль №2		Смысловой модуль №3		Смысловой модуль №4	*100*
Т1	Т2	Т3	Т3	Т4	Т6	Т7	Т8	
15	**10**	**10**	**12**	**10**	**10**	**23**	**10**	

Примечание. Т1, Т2, ... Т6 – номера тем соответствующих смысловых модулей

Соответствие государственной шкалы оценивания академической успеваемости

Сумма баллов за все виды учебной деятельности	**По государственной шкале**
60-100	«зачет»
0-59	«не зачет»

14. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии : учебное пособие для студентов вузов / А. Ю. Горчева, Т. Э. Гринберг, И. А. Красавченко [и др.] ; под редакцией В. М. Горохов, Т. Э. Гринберг. — 2-е изд. — Москва : Аспект Пресс, 2018. — 222 с. — ISBN 978-5-7567-0896-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/80707.html

2. Чилингир Е.Ю. Реклама и связи с общественностью : учебное пособие для СПО / Чилингир Е.Ю.. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 233 с. — ISBN 978-5-4488-0846-3, 978-5-4497-0582-2. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/95335.html

Дополнительная литература:

1. История рекламы и PR [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов обучающихся по напровлению "Реклама и связи с общественностью" ; Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского . ─ Саратов : Издательство Саратовского университета, 2019 . ─ Локал. компьютер сеть НБ ДонНУЭТ.
2. Нархов Д.Ю. Реклама. Управленческий аспект : учебное пособие для СПО / Нархов Д.Ю., Нархова Е.Н.. — Саратов, Екатеринбург : Профобразование, Уральский федеральный университет, 2019. — 262 с. — ISBN 978-5-4488-0476-2, 978-5-7996-2838-3. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/87862.html
3. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Шарков Ф.И.. — Москва : Дашков и К, 2020. — 324 с. — ISBN 978-5-394-03519-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/111036.html

Учебно-методические издания:

1. Заремба П.А. PR-технологии в гостиничном бизнесе [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов всех форм обучения, направления подготовки 43. 03. 03 Гостиничное

дело / П.А., Заремба, С.И. Охременко ; М-во образования и Науки ДНР, ГО ВПО «Донец. нац. у-т экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского)), Каф. гостиничного и ресторанного дела. -.Донецк: [ДонНУЭТ],2015. - Локал. компьютер. сеть НБ,ДонНУЭТ.

2. Охременко С.И. PR-технологии в гостиничном бизнесе: Методические указания для проведения практических занятий для студентов очной и заочной форм обучения направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело, специализация «Гостинично-ресторанное дело) С.И. Охременко -,Донецк: .ДонНУЭТ,2016. - 62 с.

15. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

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.

Информио : электрон. справочник / ООО «РИНФИЦ». – Москва : Издат. дом «Информио», [2018?–]. – URL: https://www.informio.ru (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.

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.

Лань : электрон.-библ. система. – Санкт-Петербург : Лань, cop. 2011–2021. – URL: https://e.lanbook.com/ (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный. – Режим доступа: для авторизир. пользователей.

СЭБ : Консорциум сетевых электрон. б-к / Электрон.-библ. система «Лань» при поддержке Агентства стратег. инициатив. – Санкт-Петербург : Лань, cop. 2011–2021. – URL: https://seb.e.lanbook.com/ (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа : для пользователей организаций – участников, подписчиков ЭБС «Лань».

Polpred : электрон. библ. система : деловые статьи и интернет-сервисы / ООО «Полпред Справочники». – Москва : Полпред Справочники, cop. 1997–2022. – URL: https://polpred.com (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.

Book on lime : дистанц. образование / изд-во КДУ МГУ им. М.В. Ломоносова. – Москва : КДУ, cop. 2017. – URL: https://bookonlime.ru (дата обращения: 01.01.2023) – Текст . Изображение. Устная речь : электронные.

Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU : информ.-аналит. портал / ООО Научная электронная библиотека. – Москва : ООО Науч. электрон. б-ка, cop. 2000–2022. – URL: https://elibrary.ru (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

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.

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.

Научно-информационный библиотечный центр имени академика 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.

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.

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.

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

16. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины используются: лекционная мультимедийная аудитория; мультимедийные средства (проекторы, ноутбуки); компьютерные рабочие места; программное обеспечение; наборы слайдов и кинофильмов по темам дисциплины.

17. 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*
Морозова Наталья Игоревна	На условиях внутреннего совместительства	Должность - доцент, кандидат экономических наук, ученое звание доцент	Высшее, специальность: «Маркетинг», магистр по маркетингу, диплом кандидата экономических наук ДК №000186	1.Удостоверение о повышении квалификации № 600000449448 от 10.11.2018г., «Актуальные вопросы государственного регулирования цен (тарифов) и ценообразования на предприятиях», 32 часа, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Москва.
				2. Сертификат о повышении квалификации №0044/20овз, от 09.10.2020г., 36 часов, «Комплексное сопровождение образовательного процесса обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья», Государственная организация высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», Школа педагогического мастерства.
				3. Сертификат о повышении квалификации №0049/20от, от

				20.11.2020г., «Особенности организации охраны труда и безопасности жизнедеятельности в образовательных организациях высшего профессионального образования», 36 часов, Государственная организация высшего профессионального образования «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского», Школа педагогического мастерства.
				4. Справка о прохождении стажировки б\н, 01.06.2021. Организация маркетинговой деятельности предприятия. Стажировка без отрыва 72ч. 21.04.2021 - 31.05.2021. ООО "Хайтек", г.Донецк
				5. Присвоение ученого звания доцента 18.10.2021г.
				6.Удостоверение о повышении квалификации 61240026999 1-14481 «Актуальные вопросы преподавания в образовательных учреждениях высшего образования: нормативно-правовое, психолого-педагогическое и методическое сопровождение» ФГБОУ ВО «ДГТУ» г. Ростов-на-Дону 22.0922-24.09.22, 12 часов
				7.Удостоверение о повышении квалификации 61240031276 1-14481 «Организационно-методические аспекты разработки и реализации программ высшего образования по направлениям подготовки Экономика и управление» ФГБОУ ВО «ДГТУ» г. Ростов-на-Дону 30.05.23-02.06.23, 36 часов