

Программу составил(и):

кфн, доцент, Немец Г.Н.

Рецензент(ы):

директор по маркетингу группы компаний «Р-класс», Луговой Андрей Александрович

Рабочая программа дисциплины

Паблик рилейшнз в туризме

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 516)

составлена на основании учебного плана:

43.03.02 Туризм

утвержденного учёным советом вуза от 25.12.2023 протокол № 4.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра рекламы и дизайна

Протокол от 25.12.2023 г. № 6

Зав. кафедрой Малиш М.А.

Согласовано с представителями работодателей на заседании НМС, протокол № 4 от 25.12.2023.

Председатель НМС проф. Павелко Н.Н.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

| | |
|---|---|
| 1.1 | Цель дисциплины – - изучение одной из форм массовых коммуникаций, обеспечивающей продвижение товаров и услуг от производителя к потребителю. При этом реклама рассматривается не только как компонент маркетинга, но и как информационный процесс, органично включенный в систему политических, социальных, коммуникативных отношений, а также изучение закономерностей взаимодействия субъектов общественных отношений с гражданами и организациями на основе согласования интересов |
| Задачи: Изучение функций, видов, средств рекламы, рекламного менеджмента в условиях формирования и развития рынка в России, а также функций, институтов и технологий публич рилейшнз. | |

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

| | |
|-------------------|---|
| Цикл (раздел) ОП: | Б1.В.ДЭ.02 |
| 2.1 | Требования к предварительной подготовке обучающегося: |
| 2.1.1 | Проектная деятельность |
| 2.2 | Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее: |
| 2.2.1 | Брендинг в сфере туризма |
| 2.2.2 | Логистика в туризме |
| 2.2.3 | Стандартизация, сертификация и контроль качества услуг |
| 2.2.4 | Страхование в туризме |
| 2.2.5 | Цифровые сервисы в индустрии туризма |
| 2.2.6 | Информационное обеспечение туристической деятельности |
| 2.2.7 | Технология туроператорских и турагентских услуг |
| 2.2.8 | Инновационное проектирование в туризме |
| 2.2.9 | Системы искусственного интеллекта |
| 2.2.10 | Туристско-рекреационное проектирование |
| 2.2.11 | Выполнение и защита выпускной квалификационной работы |
| 2.2.12 | Производственная практика: преддипломная практика |
| 2.2.13 | Производственная практика: проектно-технологическая |

**3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ, ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ
и планируемые результаты обучения**

| | |
|--|--|
| УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | |
| УК-4.1: Знает: принципы коммуникации в профессиональной этике; факторы улучшения коммуникации в организации, коммуникационные технологии в профессиональном взаимодействии; характеристики коммуникационных потоков; значение коммуникации в профессиональном взаимодействии; методы исследования коммуникативного потенциала личности; современные средства информационно- коммуникационных технологий | |
| Знать | |
| Уровень 1 | принципы коммуникации в профессиональной этике; факторы улучшения коммуникации в организации, коммуникационные технологии в профессиональном взаимодействии; |
| Уровень 2 | принципы коммуникации в профессиональной этике; факторы улучшения коммуникации в организации, коммуникационные технологии в профессиональном взаимодействии; характеристики коммуникационных потоков; значение коммуникации в профессиональном взаимодействии; |
| Уровень 3 | принципы коммуникации в профессиональной этике; факторы улучшения коммуникации в организации, коммуникационные технологии в профессиональном взаимодействии; характеристики коммуникационных потоков; значение коммуникации в профессиональном взаимодействии; методы исследования коммуникативного потенциала личности; современные средства информационно- коммуникационных технологий |
| Уметь | |
| Уровень 1 | применять в профессиональной деятельности принципы коммуникации в профессиональной этике; факторы улучшения коммуникации в организации, коммуникационные технологии в профессиональном взаимодействии; |
| Уровень 2 | применять в профессиональной деятельности принципы коммуникации в профессиональной этике; факторы улучшения коммуникации в организации, коммуникационные технологии в профессиональном взаимодействии; характеристики коммуникационных потоков; значение коммуникации в профессиональном взаимодействии; |
| Уровень 3 | применять в профессиональной деятельности принципы коммуникации в профессиональной этике; факторы улучшения коммуникации в организации, коммуникационные технологии в профессиональном взаимодействии; характеристики коммуникационных потоков; значение коммуникации в профессиональном взаимодействии; методы исследования коммуникативного потенциала личности; современные средства |

| | |
|--|--|
| | информационно- коммуникационных технологий |
| Владеть | |
| Уровень 1 | навыками применения в профессиональной деятельности принципов коммуникации в профессиональной этике; факторов улучшения коммуникации в организации, коммуникационных технологий в профессиональном взаимодействии; |
| Уровень 2 | навыками применения в профессиональной деятельности принципов коммуникации в профессиональной этике; факторов улучшения коммуникации в организации, коммуникационных технологий в профессиональном взаимодействии; характеристик коммуникационных потоков; способов определения значения коммуникации в профессиональном взаимодействии; |
| Уровень 3 | навыками применения в профессиональной деятельности принципов коммуникации в профессиональной этике; факторов улучшения коммуникации в организации, коммуникационных технологий в профессиональном взаимодействии; характеристик коммуникационных потоков; способов определения значения коммуникации в профессиональном взаимодействии; методов исследования коммуникативного потенциала личности; современных средств информационно-коммуникационных технологий |
| УК-4.2: Умеет: создавать на русском и иностранном языке письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; исследовать прохождение информации по управленческим коммуникациям; определять внутренние коммуникации в организации; производить редакторскую и корректорскую правку текстов научного и официально-делового стилей речи на русском и иностранном языке; владеть принципами формирования системы коммуникации; анализировать систему коммуникационных связей в организации | |
| Знать | |
| Уровень 1 | основы создания на русском и иностранном языке письменных текстов научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; исследования прохождения информации по управленческим коммуникациям; |
| Уровень 2 | основы создания на русском и иностранном языке письменных текстов научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; исследования прохождения информации по управленческим коммуникациям; определения внутренних коммуникаций в организации; |
| Уровень 3 | основы создания на русском и иностранном языке письменных текстов научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; исследования прохождения информации по управленческим коммуникациям; определения внутренних коммуникаций в организации; производства редакторской и корректорской правки текстов научного и официально-делового стилей речи на русском и иностранном языке; применения принципов формирования системы коммуникации; анализа системы коммуникационных связей в организации |
| Уметь | |
| Уровень 1 | создавать на русском и иностранном языке письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; исследовать прохождение информации по управленческим коммуникациям; |
| Уровень 2 | создавать на русском и иностранном языке письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; исследовать прохождение информации по управленческим коммуникациям; определять внутренние коммуникации в организации; |
| Уровень 3 | создавать на русском и иностранном языке письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; исследовать прохождение информации по управленческим коммуникациям; определять внутренние коммуникации в организации; производить редакторскую и корректорскую правку текстов научного и официально-делового стилей речи на русском и иностранном языке; владеть принципами формирования системы коммуникации; анализировать систему коммуникационных связей в организации |
| Владеть | |
| Уровень 1 | навыками создания на русском и иностранном языке письменных текстов научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; исследования прохождения информации по управленческим коммуникациям; |
| Уровень 2 | навыками создания на русском и иностранном языке письменных текстов научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; исследования прохождения информации по управленческим коммуникациям; определения внутренних коммуникаций в организации; |
| Уровень 3 | навыками создания на русском и иностранном языке письменных текстов научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; исследования прохождения информации по управленческим коммуникациям; определения внутренних коммуникаций в организации; производства редакторской и корректорской правки текстов научного и официально-делового стилей речи на русском и иностранном языке; применения принципов формирования системы коммуникации; анализа системы коммуникационных связей в организации |
| УК-4.3: Владеет: реализацией способов устной и письменной видов коммуникации, в том числе на иностранном языке; представлением планов и результатов собственной и командной деятельности с использованием коммуникативных технологий | |
| Знать | |
| Уровень 1 | основы реализации устной и письменной видов коммуникации |
| Уровень 2 | способы реализации устной и письменной видов коммуникации, в том числе на иностранном языке; |

| | |
|----------------|---|
| Уровень 3 | основы реализации способов устной и письменной видов коммуникации, в том числе на иностранном языке; представления планов и результатов собственной и командной деятельности с использованием коммуникативных технологий |
| Уметь | |
| Уровень 1 | применять основы реализации устной и письменной видов коммуникации |
| Уровень 2 | применять способы реализации устной и письменной видов коммуникации, в том числе на иностранном языке; |
| Уровень 3 | применять основы реализации способов устной и письменной видов коммуникации, в том числе на иностранном языке; представления планов и результатов собственной и командной деятельности с использованием коммуникативных технологий |
| Владеть | |
| Уровень 1 | навыками применения основ реализации устной и письменной видов коммуникации |
| Уровень 2 | навыками применения способов реализации устной и письменной видов коммуникации, в том числе на иностранном языке; |
| Уровень 3 | навыками применения основ реализации способов устной и письменной видов коммуникации, в том числе на иностранном языке; представления планов и результатов собственной и командной деятельности с использованием коммуникативных технологий |

ПК-7: Способен разрабатывать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий

ПК-7.1: Знает туристский продукт, в т.ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста

| | |
|----------------|--|
| Знать | |
| Уровень 1 | понятие и содержание туристского продукта |
| Уровень 2 | понятие и содержание туристского продукта, в т.ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий |
| Уровень 3 | понятие и содержание туристского продукта, в т.ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста |
| Уметь | |
| Уровень 1 | применять в профессиональной деятельности понятие и содержание туристского продукта |
| Уровень 2 | применять в профессиональной деятельности понятие и содержание туристского продукта, в т.ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, |
| Уровень 3 | применять в профессиональной деятельности понятие и содержание туристского продукта, в т.ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста |
| Владеть | |
| Уровень 1 | навыками применения в профессиональной деятельности понятия и содержания туристского продукта |
| Уровень 2 | навыками применения в профессиональной деятельности понятия и содержания туристского продукта, в т.ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, |
| Уровень 3 | навыками применения в профессиональной деятельности понятия и содержания туристского продукта, в т.ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста |

ПК-7.2: Умеет организовать продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг

| | |
|----------------|--|
| Знать | |
| Уровень 1 | основы продажи туристского продукта |
| Уровень 2 | основы продажи отдельных туристских услуг |
| Уровень 3 | основы продажи туристского продукта и отдельных туристских услуг |
| Уметь | |
| Уровень 1 | организовать продажу туристского продукта |
| Уровень 2 | организовать продажу отдельных туристских услуг |
| Уровень 3 | организовать продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг |
| Владеть | |
| Уровень 1 | навыками организации продажи туристского продукта |
| Уровень 2 | навыками организации продажи отдельных туристских услуг |
| Уровень 3 | навыками организации продажи туристского продукта и отдельных туристских услуг |

ПК-7.3: Владеет навыками ведения переговоров с партнерами, согласовывает условия взаимодействия по реализации туристских продуктов

| | |
|--------------|----------------------------|
| Знать | |
| Уровень 1 | основы ведения переговоров |

| | |
|----------------|--|
| Уровень 2 | способы согласования условий взаимодействия в ходе ведения переговоров |
| Уровень 3 | способы согласования условий взаимодействия по реализации туристских продуктов в ходе ведения переговоров |
| Уметь | |
| Уровень 1 | применять в профессиональной деятельности основы ведения переговоров |
| Уровень 2 | применять в профессиональной деятельности способы согласования условий взаимодействия в ходе ведения переговоров |
| Уровень 3 | применять в профессиональной деятельности способы согласования условий взаимодействия по реализации туристских продуктов в ходе ведения переговоров |
| Владеть | |
| Уровень 1 | навыками применения в профессиональной деятельности основ ведения переговоров |
| Уровень 2 | навыками применения в профессиональной деятельности способов согласования условий взаимодействия в ходе ведения переговоров |
| Уровень 3 | навыками применения в профессиональной деятельности способов согласования условий взаимодействия по реализации туристских продуктов в ходе ведения переговоров |

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

| Код занятия | Наименование разделов и тем /вид занятия/ | Семестр / Курс | Часов | Компетенции | Литература и эл. ресурсы | Практ. подг. |
|--|--|----------------|-------|---|---|--------------|
| Раздел 1. Основы рекламы | | | | | | |
| 1.1 | Тема 1. Реклама. Сущность и функции рекламы. Процесс рекламной деятельности. /Лек/ | 3 | 2 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | |
| 1.2 | Тема 1. Реклама. Сущность и функции рекламы. Процесс рекламной деятельности. /Пр/ | 3 | 4 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | |
| 1.3 | Тема 1. Реклама. Сущность и функции рекламы. Процесс рекламной деятельности. /Ср/ | 3 | 1 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | |
| 1.4 | Тема 2. Целевая аудитория рекламы. Виды рекламы. Реклама в периодической печати. Реклама на телевидении. Реклама на радио /Лек/ | 3 | 2 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | |
| 1.5 | Тема 2. Целевая аудитория рекламы. Виды рекламы. Реклама в периодической печати. Реклама на телевидении. Реклама на радио /Пр/ | 3 | 4 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | |
| 1.6 | Тема 2. Целевая аудитория рекламы. Виды рекламы. Реклама в периодической печати. Реклама на телевидении. Реклама на радио /Ср/ | 3 | 1 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | |
| 1.7 | Тема 3. Формообразование в рекламе. Организация работы рекламного агентства. Рекламная служба в СМИ. Политическая реклама. Социальная реклама. /Лек/ | 3 | 2 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | |
| 1.8 | Тема 3. Формообразование в рекламе. Организация работы рекламного агентства. Рекламная служба в СМИ. Политическая реклама. Социальная реклама. /Пр/ | 3 | 4 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | |
| 1.9 | Тема 3. Формообразование в рекламе. Организация работы рекламного агентства. Рекламная служба в СМИ. Политическая реклама. Социальная реклама. /Ср/ | 3 | 1 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 | |
| Раздел 2. Реклама и паблик рилейшнз в туристской деятельности | | | | | | |

| | | | | | |
|------|--|---|---|---|---|
| 2.1 | Тема 4. Реклама в структуре паблик рилейшнз. Эффективность рекламы. Паблик рилейшнз. Цели, функции, принципы деятельности паблик рилейшнз /Лек/ | 3 | 2 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 |
| 2.2 | Тема 4. Реклама в структуре паблик рилейшнз. Эффективность рекламы. Паблик рилейшнз. Цели, функции, принципы деятельности паблик рилейшнз /Пр/ | 3 | 4 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 |
| 2.3 | Тема 4. Реклама в структуре паблик рилейшнз. Эффективность рекламы. Паблик рилейшнз. Цели, функции, принципы деятельности паблик рилейшнз /Ср/ | 3 | 1 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 |
| 2.4 | Тема 5. Институты паблик рилейшнз. Корпоративные отношения: механизм деятельности паблик рилейшнз. Паблик рилейшнз в системе маркетинговых коммуникаций. Анализ и прогноз в структуре паблик рилейшнз. /Лек/ | 3 | 2 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 |
| 2.5 | Тема 5. Институты паблик рилейшнз. Корпоративные отношения: механизм деятельности паблик рилейшнз. Паблик рилейшнз в системе маркетинговых коммуникаций. Анализ и прогноз в структуре паблик рилейшнз. /Пр/ | 3 | 4 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 |
| 2.6 | Тема 5. Институты паблик рилейшнз. Корпоративные отношения: механизм деятельности паблик рилейшнз. Паблик рилейшнз в системе маркетинговых коммуникаций. Анализ и прогноз в структуре паблик рилейшнз. /Ср/ | 3 | 1 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 |
| 2.7 | Тема 6. Имидж и пути его формирования средствами паблик рилейшнз. Технологии паблик рилейшнз. Взаимодействие со средствами массовой информации («медиариллейшнз»). /Лек/ | 3 | 2 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 |
| 2.8 | Тема 6. Имидж и пути его формирования средствами паблик рилейшнз. Технологии паблик рилейшнз. Взаимодействие со средствами массовой информации («медиариллейшнз»). /Пр/ | 3 | 4 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 |
| 2.9 | Тема 6. Имидж и пути его формирования средствами паблик рилейшнз. Технологии паблик рилейшнз. Взаимодействие со средствами массовой информации («медиариллейшнз»). /Ср/ | 3 | 5 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 |
| 2.10 | Тема 7. Рекламные компоненты PR. Управление кризисными ситуациями средствами PR. Организация и проведение PR-кампаний. /Пр/ | 3 | 4 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 |
| 2.11 | Тема 7. Рекламные компоненты PR. Управление кризисными ситуациями средствами PR. Организация и проведение PR-кампаний. /Лек/ | 3 | 2 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 |
| 2.12 | Тема 7. Рекламные компоненты PR. Управление кризисными ситуациями средствами PR. Организация и проведение PR-кампаний. /Ср/ | 3 | 6 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 |

| | | | | | |
|---|---|---|-----|---|--|
| 2.13 | Тема 8. Основные сферы PR-деятельности. Эффективность связей с общественностью. Тенденции развития PR в условиях общественной модернизации России /Лек/ | 3 | 2 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 |
| 2.14 | Тема 8. Основные сферы PR-деятельности. Эффективность связей с общественностью. Тенденции развития PR в условиях общественной модернизации России /Пр/ | 3 | 4 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 |
| 2.15 | Тема 8. Основные сферы PR-деятельности. Эффективность связей с общественностью. Тенденции развития PR в условиях общественной модернизации России /Ср/ | 3 | 7,8 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 |
| Раздел 3. Промежуточная аттестация | | | | | |
| 3.1 | Контактная работа на аттестации /КА/ | 3 | 0,2 | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Э5 |

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Вопросы к зачету

1. Реклама: сущность и функции.
2. Правовое и этическое регулирование рекламной деятельности.
3. Процесс рекламной деятельности: основные этапы.
4. Целевая аудитория рекламы.
5. Этапы психологического воздействия рекламы на целевую аудиторию.
6. Виды рекламы.
7. Интернет-реклама: особенности и перспективы развития.
8. Реклама в периодической печати.
9. Реклама на телевидении.
10. Радиореклама.
11. Формообразование в рекламе.
12. Организация работы рекламного агентства.
13. Рекламная служба в СМИ.
14. Политическая реклама.
15. Жанры политической рекламы.
16. Социальная реклама.
17. Реклама и паблик рилейшнз. Черты сходства и различия.
18. Эффективность как системное качество рекламы.
19. Организация и проведение рекламной кампании.
20. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.
21. Тенденции развития рекламы в России.
22. Основные этапы формирования и развития PR.
23. Функции PR.
24. Взаимодействие управленческой и информационной функций в PR- деятельности.
25. Принцип консенсуса – основополагающий принцип PR.
26. Институализация PR в России 1990-х гг.: особенности, предметная сфера, региональная дифференциация.
27. Типовая организационная структура институтов PR.
28. Правовое и этическое регулирование PR-деятельности.
29. Доктрина «человеческих отношений» как основа оптимизации корпоративных и межкорпоративных отношений в системе PR.
30. PR-деятельность в системе маркетинговых отношений.
31. Концепция социально-этического маркетинга и модели PR.
32. Анализ и прогноз в структуре PR-деятельности: маркетинговые факторы эффективности PR.
33. Основные методы анализа в ходе подготовки PR-акций.
34. Структурно-функциональный анализ в сфере PR.
35. Корпоративный и индивидуальный имидж: основные компоненты.
36. Репутация и имидж организации: черты сходства и различия.
37. Социальные предпосылки формирования имиджа средствами PR.
38. Паблик рилейшнз как система социальных и информационных технологий.
39. Технологии PR: опыт классификации.

40. Презентация как типовая технологическая модель ПР.
41. «Медиарилейшнз» в России.
42. Методы и формы деятельности пресс-служб.
43. Соотношение рекламы и ПР в современных российских условиях.
44. Управление кризисными ситуациями в системе ПР.
45. Принципы коммуникации в условиях кризиса.
46. Организация и проведение ПР-кампаний.
47. ПР в экономике.
48. ПР в политике
49. ПР в органах государственной власти и управления.
50. Эффективность ПР.
51. Тенденции развития ПР в условиях общественной модернизации России.

5.2. Темы письменных работ

Темы рефератов

1. Реклама в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций. Отличие рекламы от PR
2. Определение рекламы. Виды рекламы. Разница сбытовой и имиджевой рекламы.
3. Определение креатива. Структура креативного рекламного продукта.
4. Принципы сегментирования рынка. Построение портрета целевой аудитории.
5. Позиционирование продукта, способы позиционирования.
8. Рекламный образ. Требования к образу. Приёмы создания образов.
9. Композиция рекламного сообщения. Основные законы. Систематизация визуального пространства. Цель её применения.
10. Психология цвета в рекламе.
11. Выставка как эффективное средство коммуникации с целевой аудиторией. Этапы подготовки к выставке.
12. Директ-маркетинг. Основные требования к E-mail рассылке
13. Мобильный маркетинг. Правила использования мобильного маркетинга
14. Коммерческое предложение. Правила его составления.
15. Система стимулирования сбыта. Акции и приемы
16. Программа лояльности как одна из форм коммуникации с потребителем
17. Каналы распространения рекламной информации. Основные виды.
18. Особенности продвижения компаний в социальных медиа.
19. Контекстная реклама. Виды, правила создания объявлений.
20. Виды сайтов. Особенности продвижения сайтов в сети Интернет. Инструменты аналитики сайтов.
21. Этапы и особенности формирования бренда
22. PR и коммуникационный консалтинг.
23. PR в политике.
24. PR как социальный институт современного общества.
25. Актуальные проблемы PR в современной России.
26. Современные модели паблик рилейшнз.
27. PR и общественное мнение.
28. Инструменты и методы паблик рилейшнз.
29. Паблисити и паблицитный капитал.
30. Модели и инструменты формирования имиджа.
31. Специальные события в связях с общественностью.
32. Сфера профессиональной компетенции специалиста по связям с общественностью.
33. Функции PR-специалиста в организации.
34. Исследование в связях с общественностью.
35. Пресс-посредничество.
36. Этические принципы PR.
37. Профессиональные этические кодексы PR.
38. Организационное обеспечение связей с общественностью.
39. Информационное обеспечение связей с общественностью.
40. Служба по связям с общественностью в организации.

5.3. Фонд оценочных средств

1. Функция ПР-отдела, которая заключается в разработке и публикации в СМИ сведений о деятельности компании, ответах на вопросы журналистов, в изготовлении и размещении рекламных материалов о компании и ее подразделениях называется
 - A определение общей ПР-политики
 - B связи с местным населением
 - C паблисити для корпорации
 - D паблисити для продукции корпорации
2. В современном мире институт паблик рилейшнз стал неотъемлемой составляющей
 - A менеджмента организации
 - B службы пресс-секретарей
 - C службы по вопросам коммуникации
3. Выберите преимущества PR-отдела, которые могут переходить в недостатки:

- А принадлежность к одной команде;
 В знание организации;
 С экономия средств;
 D доступность в общении.
4. К функциональным обязанностям отдела PR НЕ относятся:
 А подготовка заявлений организации;
 В связи с государственными органами;
 С институциональная реклама;
 D составление бюджета организации.
5. Происхождение паблик рилейшнз как социального института тесно переплетается с
 А рекламой
 В пропагандой
 С пресс-посредничеством
6. Написание материалов или организация специальных мероприятий с целью привлечения внимания средств информации и обеспечения общественной заметности называется
 А пропаганда
 В пресс-посредничество
 С паблик рилейшнз
7. Люди, осознавшие, что на них определенным образом влияет проблемная ситуация, либо они вместе втянуты в нее, но еще не обменивались мнениями между собой по этому поводу называются
 А латентной общественностью
 В необщественностью
 С активной общественностью
 D осведомленная общественность
8. Вербализированной или иной открытой формой реакции на определенные стимулы является
 А мнение
 В установка
 С коориентация
9. Высказывания и суждения формируют
 А установки
 В общественное мнение
 С индивидуальные ориентации
10. Все, имеющее хоть какое-то отношение к компании и предлагаемым ею товарам и услугам называется
 А имидж
 В фирменный стиль
 С корпоративная философия
11. пресс-релизы не предназначенные для публикации, которые обновляются постоянно и имеют целью проинформировать журналистов о состоянии дел в организации называются
 А краткое уведомление
 В релиз обобщенного типа
 С информационный материал фонового типа
12. релизы о кадровых перестановках, перемене адреса, и тому подобных вопросах, набранных в виде одного-двух предложений называются
 А краткое уведомление
 В релиз обобщенного типа
 С информационный материал фонового типа
13. В каких случаях используются кавычки
 А передача речи других лиц
 В названия продуктов
 С названия организаций
14. Заглавные буквы используются для обозначения всех должностей
 А верно
 В не верно
15. К PR-медиа относятся семинары и конференции, частные выставки, публикация пояснительных материалов
 А верно
 В не верно

5.4. Перечень видов оценочных средств

Перечень форм и методов контроля освоения дисциплины:

- выполнение учебных индивидуальных и групповых, в том числе творческих, заданий в ходе практических занятий;
- контрольный опрос (устный и письменный);
- выполнение тестовых заданий;

- чтение текстов профессиональной направленности с целью полного извлечения информации, обобщение прочитанного в виде реферата, резюме, аннотации;
- письменная фиксация информации в виде записей, конспектирования, делового письма, а также в виде докладов, рефератов, тезисов и т.п.,
- презентация подготовленных докладов, сообщений, рефератов и проч.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

| | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год |
|------|---------------------------------|---|--|
| Л1.1 | Ильин А. С. | Реклама в коммуникационном процессе: Курс лекций | Москва: КноРус, 2020, URL: https://book.ru/book/934201 |
| Л1.2 | Дурович А.П. | Реклама в туризме: Учебное пособие | Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020, URL: https://znanium.com/catalog/document?id=344296 |
| Л1.3 | Чумиков А.Н., Бочаров М. П. | Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник | Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=348165 |
| Л1.4 | Мандель Б.Р. | PR: методы работы со средствами массовой информации: Учебное пособие | Москва: Вузовский учебник, 2020, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=350961 |
| Л1.5 | Абабков Ю.Н., Абабкова М. Ю. | Реклама в туризме: Учебник | Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=356220 |
| Л1.6 | Кузнецов П.А. | Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии: Практическое пособие | Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2021, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=371000 |
| Л1.7 | Лашко С.И., Сапрыкина В.Ю. | Международный бизнес: PR и рекламное дело: Учебное пособие | Москва: Издательский Центр РИО, 2021, URL: https://znanium.com/catalog/document?id=375871 |
| Л1.8 | Антонова Н.В., Патоша О.И. | Психология потребительского поведения, рекламы и PR: Учебное пособие | Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=387616 |

6.1.2. Дополнительная литература

| | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год |
|------|---------------------|---|--|
| Л2.1 | Маслова В.М. | Связи с общественностью в управлении персоналом: Учеб. пособие | Москва: Вузовский учебник, 2020, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=356162 |
| Л2.2 | Шарков Ф.И. | Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие | Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=358550 |
| Л2.3 | Кузнецов П.А. | Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии: Практические приемы и технологии | Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2021, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=376164 |

6.1.3. Методические разработки

| | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год |
|------|---------------------|---|--|
| Л3.1 | Мишон Е. В. | Связи с общественностью в органах власти: Учебное пособие | Москва: КноРус, 2020, URL: https://book.ru/book/933616 |
| Л3.2 | Вельская Г.Г. | Реклама социальных проектов: Учебно-методическая литература | Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2021, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=371151 |

6.2. Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы

| | | | |
|----|--|--|--|
| Э1 | Электронная библиотечная система. - Режим доступа: http://znanium.com/ | | |
| Э2 | Электронная библиотечная система. - Режим доступа: http://ibooks.ru/ | | |

| | |
|---|---|
| Э3 | Московский научный общественный фонд . - Режим доступа: http://www.mpst.org |
| Э4 | Предметно-ориентированная логическая библиотечная сеть . - Режим доступа: http://www.libweb.ru |
| Э5 | Научная электронная библиотека. - Режим доступа: www.elibrary.ru |
| 6.3.1. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства | |
| 6.3.1.1 | Windows 10 Pro RUS Операционная система – Windows 10 Pro RUS Подписка Microsoft Imagine Premium – Order №143659 от 12.07.2021 |
| 6.3.1.2 | 7-Zip Архиватор 7-Zip Программное обеспечение по лицензии GNU GPL |
| 6.3.1.3 | Яндекс Браузер Браузер Яндекс Браузер Лицензионное соглашение на использование программ Яндекс Браузер https://yandex.ru/legal/browser_agreement/ |
| 6.3.1.4 | Mozilla Firefox Браузер Mozilla Firefox Программное обеспечение по лицензии GNU GPL |
| 6.3.1.5 | Adobe Reader DC Adobe Acrobat — пакет программ, предназначенный для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF Adobe Acrobat Reader DC and Runtime Software distribution license agreement for use on personal computers от 31.01.2017 |
| 6.3.1.6 | Adobe Photoshop CS3 Графический редактор Adobe Photoshop Creative Suite 3 Adobe Software License Certificate ID CE0707281 от 12.07.2007 |
| 6.3.1.7 | Kaspersky Endpoint Security Антивирусное ПО Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный (350шт). Договор № ПР-00037842 от 4 декабря 2023 г. (ООО Прима АйТи) |
| 6.3.2. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем | |
| 6.3.2.1 | РОССТАНДАРТ Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии https://www.gost.ru/portal/gost/ |
| 6.3.2.2 | ИСО Международная организация по стандартизации https://www.iso.org/ru/home.html |
| 6.3.2.3 | Консультант Плюс http://www.consultant.ru |
| 6.3.2.4 | Кодекс – Профессиональные справочные системы https://kodeks.ru |

7. МТО (оборудование и технические средства обучения)

| Ауд | Наименование | ПО | Оснащение |
|---------------|---|---|---|
| Читальный зал | Читальный зал. Информационно-библиотечный центр. Помещение для самостоятельной работы | 7-Zip Яндекс Браузер Mozilla Firefox LibreOffice LibreCAD Inkscape Notepad++. Kaspersky Endpoint Security MS Access 2016 MS Project Pro 2016 MS Visio Pro 2016 Visual Studio Code Blender Gimp Maxima StarUML V1 IntelliJ IDEA PyCharm Community Edition Adobe Reader DC MS Office Standart 2007 Windows 10 Pro | 16 посадочных мест, рабочее место библиотекаря 6 компьютеров P5GC-MX1333/INTEL Core2Duo E2160/DDR2-667-1Г6/ST380815AS/Intel GMA-82945/Atheros L2 Fast Ethernet 10/100 4 компьютера GA945GCMX-S2/INTEL Core2Duo E2160/DDR2-667-1Г6/ST3160815AS/Intel GMA-82945/Realtek RTL8169 6 компьютеров P5GD2-X/Intel Pentium 4-3.00GHz/DDR2-667-1Г6/ WD800JD/Radeon X300/Marvell 88E805 1 компьютер P5KPL-SE/INTEL Core2Duo E6400/DDR2-667-2Г6/ST380811AS/GF-6600/ Realtek PCIe GBE 9200SE/Marvell 88E8001 6 мониторов LG Flatron 1730s 4 монитора NEC AccuSync LCD73v 6 мониторов Samsung SyncMaster 740n 1 монитор Samsung SyncMaster 920n 1 принтер HP LaserJet PRO m402n 1 сканер HP ScanJet G2410 |
| 114а | Компьютерный класс | Windows 10 Pro RUS 7-Zip Яндекс Браузер Mozilla Firefox LibreOffice LibreCAD Inkscape Notepad++. 1С:Предприятие 8. Комплект Kaspersky Endpoint Security MS Access 2016 MS Project Pro 2016 MS SQL Server 2019 MS SQL Server Management Studio 18.8 | Стол - 20 шт., стул - 22 шт., рабочее место преподавателя – 1 шт., персональный компьютер с выходом в интернет - 21 шт., доска учебная – 1 шт., многофункциональное устройство – 1 шт., мультимедийный проектор – 1 шт., проекционный экран – 1 шт., интерактивная доска WR-84A10 с проектором ViewSonic PS501X - 1 шт., соответствующее программное обеспечение |

| | | | |
|-----|--|--|--|
| | | MS Visio Pro 2016 MS Visual Studio Community Edition Visual Studio Code Blender Gimp Maxima Oracle VM VirtualBox PostgreSQL IntelliJ IDEA PyCharm Community Edition Eclips Adobe Reader DC NetBeans IDE ZEAL Klite Mega Codec Pack MS Office Standart 2010 | |
| 123 | Компьютерный класс | Windows 10 Pro RUS 7-Zip Яндекс Браузер Mozilla Firefox LibreOffice LibreCAD Inkscape Notepad++. 1С:Предприятие 8. Комплект Kaspersky Endpoint Security MS Access 2016 MS Project Pro 2016 MS SQL Server 2019 MS SQL Server Management Studio 18.8 MS Visio Pro 2016 MS Visual Studio Community Edition Visual Studio Code Blender Gimp Maxima StarUML V1 PostgreSQL IntelliJ IDEA PyCharm Community Edition Eclips Adobe Reader DC Arduino Software (IDE) NetBeans IDE ZEAL ARIS Express Archimate Klite Mega Codec Pack Ramus Educational Micro-Cap Evaluation gvSIG Desktop Python | Стол - 20 шт., стул - 21 шт., рабочее место преподавателя – 1 шт., персональный компьютер с выходом в интернет - 21 шт., доска учебная – 1 шт., многофункциональное устройство – 1 шт., мультимедийный проектор – 1 шт., проекционный экран – 1 шт., соответствующее программное обеспечение |
| 401 | Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, | 7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice | 60 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук |

| | | | |
|-----|--|--|--|
| | текущего контроля и промежуточной аттестации. | | |
| 402 | Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. | 7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice | 36 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук |
| 403 | Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. | 7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice | 28 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук |
| 404 | Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. | 7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice | 75 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор, переносной ноутбук |
| 406 | Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной | 7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice | 52 посадочных места, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор, переносной ноутбук |

| | | | |
|-----|--|--|--|
| | аттестации. | | |
| 407 | Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. | 7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice | 40 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук |
| 408 | Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. | 7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice | 30 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук |
| 409 | Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. | 7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice | 36 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук |
| 410 | Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, самостоятельной работы. | Windows 10 Pro RUS 7-Zip Яндекс Браузер Mozilla Firefox LibreOffice LibreCAD Inkscape Notepad++. 1С:Предприятие 8. Комплект Kaspersky Endpoint Security MS Access 2016 MS Project Pro 2016 MS SQL Server 2019 MS SQL Server Management Studio 18.8 MS Visio Pro 2016 MS Visual Studio Community Edition | 20 посадочных мест, рабочее место преподавателя 20 компьютеров A320M-H-CF/AMD Athlon 3000G/DDR4-2666-8Гб/A-DATA SX6000LNP/AMD RADEON Vega3/Realtek PCI-E GBE 20 мониторов Samsung S24R350FHI 23.8" 20 комплектов клавиатура + мышь (USB) 1 неуправляемый коммутатор TP-LINK TL-SG1024D |

| | | | |
|------|--|--|---|
| | | Blender Gimp Maxima Oracle VM VirtualBox StarUML V1 PostgreSQL IntelliJ IDEA PyCharm Community Edition Eclips Adobe Reader DC Embarcadero RAD Studio XE8 Arduino Software (IDE) NetBeans IDE ZEAL | |
| 410a | Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. | | 12 посадочных мест, преподавательское место |
| 412 | Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. | 7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice | 22 посадочных места, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук |

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Освоение обучающимися учебной дисциплины складывается из контактной работы, включающей занятия семинарского типа (практические занятия, коллоквиумы, итоговое занятие), а также самостоятельной работы.

Контактная работа с обучающимися предполагает проведение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Для подготовки к занятиям практического типа обучающийся должен:

- ознакомиться с планом занятия;
- проработать учебный материал (учебная и научная литература по планам практических занятий);
- составить конспект по теме занятия.

Самостоятельная работа обучающихся является составной частью обучения и имеет целью закрепление и углубление полученных знаний, умений и навыков, поиск и приобретение новых знаний, выполнение учебных заданий, подготовку к предстоящим занятиям, текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации.

Выполнение домашних заданий осуществляется в форме:

- работы с учебной, учебно-методической и научной литературой, конспектами обучающегося: чтение, изучение, анализ, сбор и обобщение информации, её конспектирование и реферирование,
- подготовки (разработки) схем, таблиц, слайдов, выполнения иных практических заданий.

Текущий контроль успеваемости обучающихся по дисциплине осуществляется в ходе проведения отдельного вида занятия – коллоквиума. Текущий контроль включает в себя текущий тематический контроль, текущий рубежный (модульный) контроль и текущий итоговый контроль.

Для подготовки к текущему тематическому контролю обучающимся следует изучить учебный материал по теме занятия

или отдельным значимым учебным вопросам, по которым будет осуществляться опрос.

Для подготовки к текущему рубежному (модульному) контролю и текущему итоговому контролю обучающимся следует изучить учебный материал по наиболее значимым темам и (или) разделам дисциплины в семестре.

Промежуточная аттестация в форме экзамена по дисциплине проводится на основании результатов текущего контроля успеваемости обучающегося в семестре.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа – это планируемая работа студентов, выполняемая по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Роль преподавателя при этом заключается в планировании, организации и контроле самостоятельной работы студентов, в обучении их методам самостоятельного изучения теоретических вопросов.

При выполнении заданий для СРС студент должен руководствоваться требованием профилирования своей дисциплины в соответствии с образовательной программой. При выполнении заданий для СРС необходимо соблюдать следующие требования:

- отбор и изложение материала должны обеспечивать достижение целей, изложенных в программе, и понимание прикладного значения данной дисциплины для своей профессии;
- материал заданий должен быть осознаваем и служить средством выработки обобщенных умений;
- при выполнении заданий следует формулировать их содержание в контексте темы.

Основными видами самостоятельной работы являются: работа с печатными источниками информации (конспектом, книгой, документами), работа с компьютерными автоматизированными курсами обучения. При изучении дисциплины основную долю отводимого на самостоятельную работу времени занимает работа с конспектом лекций и другой печатной информацией.

Цель самостоятельной работы – содействие оптимальному усвоению студентами учебного материала, развитие их познавательной активности, готовности и потребности в самообразовании.

По итогам самостоятельной работы студенты должны:

- научиться проводить рефлексию;
- формулировать получаемые результаты;
- переопределять цели дальнейшей работы;
- корректировать и прогнозировать свой образовательный маршрут.

Контроль за самостоятельной работой студента осуществляется в различной форме в пределах темы по предложенному графику. Выбор темы, если она конкретно не указана, осуществляется индивидуально в консультационный день преподавателя, для чего преподаватель заранее знакомит студента с организацией практикума: программой, структурой курса, формами контроля, основной и дополнительной литературой, а также методами самоподготовки. Студент самостоятельно изучает необходимую литературу и детально рассматривает РПД «PR-технологии и реклама в туристской деятельности», в которой представлена необходимая литература. Работы сдаются преподавателю для проверки согласно графику сдачи СРС. На занятиях или в консультационный день самостоятельно рассмотренные темы представляются в качестве краткого обзора темы и обсуждаются в аудитории, для чего преподаватель отводит специальное время в структуре практического занятия (5 – 7 мин). Преподаватель и студенты имеют возможность задать вопросы. После презентации темы преподаватель выставляет оценку согласно расчету баллов по рейтинговой системе оценивания.

В рамках СРС выполняется и подготовка устных сообщений и докладов на практических занятиях. Студентам предлагается самостоятельно выбрать тему для сообщения из обозначенных поисковых систем и согласовать ее с преподавателем. Все вышеназванные задания выполняются в течение семестра и сдаются преподавателю для проверки по заранее оговоренному графику в консультационный день. Самостоятельная работа предусматривает обязательную работу с компьютером по графику. Устные формы контроля помогут оценить владение студентами жанрами научной речи (дискуссия, диспут, сообщение, доклад и др.), в которых раскрывается умение студентов передать нужную информацию, грамотно использовать языковые средства, а также ораторские приемы для контакта с аудиторией. Письменные работы позволяют оценить владение источниками, научным стилем изложения, для которого характерны: логичность, точность терминологии, обобщенность и отвлеченность, насыщенность фактической информацией.