



Программу составил(и):

*кфн, доцент кафедры рекламы и дизайна, Петракова Анна Сергеевна*

Рецензент(ы):

*кфилн, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВО «КубГУ», Немец Георгий Николаевич; директор по маркетингу группы компаний «Р-класс», Луговой Андрей Александрович*

Рабочая программа дисциплины

**PR-технологии и реклама в гостиничной деятельности**

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 515)

составлена на основании учебного плана:

43.03.03 Гостиничное дело

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. № 5

Зав. кафедрой Слесарева Галина Валериевна

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: Задачи дисциплины «PR-технологии и реклама в гостиничной деятельности» - 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.11
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.1.1	История (история России, всеобщая история)
2.1.2	Основы российской государственности
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	История (история России, всеобщая история)
2.2.2	Международный опыт деятельности гостиничных предприятий
2.2.3	Организация гостиничного дела
2.2.4	Учебная практика: ознакомительная практика
2.2.5	Философия
2.2.6	Менеджмент организаций сферы гостеприимства
2.2.7	Сервис на транспорте в сфере гостеприимства
2.2.8	Антикризисное управление в индустрии гостеприимства
2.2.9	Управление персоналом в сфере гостеприимства
2.2.10	Управленческий учет в организациях гостеприимства
2.2.11	Ценообразование в сфере гостеприимства
2.2.12	Корпоративное управление в гостиничной деятельности
2.2.13	Организация работы службы приема и размещения
2.2.14	Организация службы питания и банкетинга в гостиничном бизнесе
2.2.15	Производственная практика: организационно-управленческая практика
2.2.16	Стратегический менеджмент в гостиничном бизнесе
2.2.17	Управление проектами в гостиничном бизнесе
2.2.18	Информационное обеспечение гостиничной деятельности
2.2.19	Организация обслуживания лиц с ограниченными возможностями
2.2.20	Управление качеством гостиничных услуг
2.2.21	Экспертиза и диагностика гостиничного предприятия
2.2.22	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
2.2.23	Производственная практика: преддипломная практика
2.2.24	Производственная практика: сервисная практика
2.2.25	Основы российской государственности
2.2.26	Системы искусственного интеллекта

### 3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ, ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

#### и планируемые результаты обучения

**УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах**

**УК-5.1: Знает: психологические основы социального взаимодействия; направленного на решение профессиональных задач; основные принципы организации деловых контактов; методы подготовки к переговорам, национальные, этнокультурные и конфессиональные особенности и народные традиции населения; основные концепции взаимодействия людей в организации, особенности диадического взаимодействия**

<b>Знать</b>	
Уровень 1	психологические основы социального взаимодействия, направленного на решение профессиональных задач;
Уровень 2	психологические основы социального взаимодействия, направленного на решение профессиональных задач; основные принципы организации деловых контактов;

Уровень 3	психологические основы социального взаимодействия; направленного на решение профессиональных задач; основные принципы организации деловых контактов; методы подготовки к переговорам, национальные, этнокультурные и конфессиональные особенности и народные традиции населения; основные концепции взаимодействия людей в организации, особенности диадического взаимодействия
<b>Уметь</b>	
Уровень 1	применять психологические основы социального взаимодействия, направленного на решение профессиональных задач;
Уровень 2	применять психологические основы социального взаимодействия, направленного на решение профессиональных задач; основные принципы организации деловых контактов;
Уровень 3	применять психологические основы социального взаимодействия, направленного на решение профессиональных задач; основные принципы организации деловых контактов; методы подготовки к переговорам, национальные, этнокультурные и конфессиональные особенности и народные традиции населения; основные концепции взаимодействия людей в организации, особенности диадического взаимодействия
<b>Владеть</b>	
Уровень 1	психологическими основами социального взаимодействия, направленного на решение профессиональных задач;
Уровень 2	психологическими основами социального взаимодействия, направленного на решение профессиональных задач; основными принципами организации деловых контактов;
Уровень 3	психологическими основами социального взаимодействия, направленного на решение профессиональных задач; основными принципами организации деловых контактов; методами подготовки к переговорам, национальными, этнокультурными и конфессиональными особенностями и народными традициями населения; основными концепциями взаимодействия людей в организации, особенностями диадического взаимодействия
<b>УК-5.2: Умеет: грамотно, доступно излагать профессиональную информацию в процессе межкультурного взаимодействия; соблюдать этические нормы и права человека; анализировать особенности социального взаимодействия с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей</b>	
<b>Знать</b>	
Уровень 1	профессиональную информацию в процессе межкультурного взаимодействия;
Уровень 2	профессиональную информацию в процессе межкультурного взаимодействия; этические нормы и права человека;
Уровень 3	профессиональную информацию в процессе межкультурного взаимодействия; этические нормы и права человека; особенности социального взаимодействия с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей
<b>Уметь</b>	
Уровень 1	грамотно, доступно излагать профессиональную информацию в процессе межкультурного взаимодействия;
Уровень 2	грамотно, доступно излагать профессиональную информацию в процессе межкультурного взаимодействия; соблюдать этические нормы и права человека;
Уровень 3	грамотно, доступно излагать профессиональную информацию в процессе межкультурного взаимодействия; соблюдать этические нормы и права человека; анализировать особенности социального взаимодействия с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей
<b>Владеть</b>	
Уровень 1	навыками грамотного, доступного изложения профессиональной информации в процессе межкультурного взаимодействия;
Уровень 2	навыками грамотного, доступного изложения профессиональной информации в процессе межкультурного взаимодействия; соблюдения этических норм и прав человека;
Уровень 3	навыками грамотного, доступного изложения профессиональной информации в процессе межкультурного взаимодействия; соблюдения этических норм и прав человека; анализа особенностей социального взаимодействия с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей
<b>УК-5.3: Владеет: организацией продуктивного взаимодействия в профессиональной среде с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей; преодолением коммуникативных, образовательных, этнических, конфессиональных и других барьеров в процессе межкультурного взаимодействия; выявлением разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия</b>	
<b>Знать</b>	
Уровень 1	основы организации продуктивного взаимодействия в профессиональной среде с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей;
Уровень 2	основы организации продуктивного взаимодействия в профессиональной среде с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей; механизмы преодоления коммуникативных, образовательных, этнических, конфессиональных и других барьеров в процессе межкультурного взаимодействия;
Уровень 3	основы организации продуктивного взаимодействия в профессиональной среде с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей; механизмы преодоления коммуникативных,

	образовательных, этнических, конфессиональных и других барьеров в процессе межкультурного взаимодействия; механизмы выявления разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия
<b>Уметь</b>	
Уровень 1	применять в профессиональной деятельности основы организации продуктивного взаимодействия в профессиональной среде с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей;
Уровень 2	применять в профессиональной деятельности основы организации продуктивного взаимодействия в профессиональной среде с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей; механизмы преодоления коммуникативных, образовательных, этнических, конфессиональных и других барьеров в процессе межкультурного взаимодействия;
Уровень 3	применять в профессиональной деятельности основы организации продуктивного взаимодействия в профессиональной среде с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей; механизмы преодоления коммуникативных, образовательных, этнических, конфессиональных и других барьеров в процессе межкультурного взаимодействия; механизмы выявления разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия
<b>Владеть</b>	
Уровень 1	навыками организации продуктивного взаимодействия в профессиональной среде с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей;
Уровень 2	навыками организации продуктивного взаимодействия в профессиональной среде с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей; преодоления коммуникативных, образовательных, этнических, конфессиональных и других барьеров в процессе межкультурного взаимодействия;
Уровень 3	навыками организации продуктивного взаимодействия в профессиональной среде с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей; преодоления коммуникативных, образовательных, этнических, конфессиональных и других барьеров в процессе межкультурного взаимодействия; выявления разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия

**ПК-1: Способен осуществлять управление ресурсами и персоналом департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства и общественного питания**

**ПК-1.1: Формирует цель и задачи деятельности подразделений организации сферы гостеприимства и общественного питания и организует их выполнение**

<b>Знать</b>	
Уровень 1	Знает цель и задачи деятельности подразделений организации сферы гостеприимства
Уровень 2	Знает цель и задачи деятельности подразделений организации сферы гостеприимства и общественного питания
Уровень 3	Знает цель и задачи деятельности подразделений организации сферы гостеприимства и общественного питания и основы организации их выполнения
<b>Уметь</b>	
Уровень 1	Умеет ставить цели и задачи деятельности подразделений организации сферы гостеприимства
Уровень 2	Умеет ставить цели и задачи деятельности подразделений организации сферы гостеприимства и общественного питания
Уровень 3	Умеет ставить цели и задачи деятельности подразделений организации сферы гостеприимства и общественного питания и организовывать их выполнения
<b>Владеть</b>	
Уровень 1	Владеет навыками постановки целей и задач деятельности подразделений организации сферы гостеприимства
Уровень 2	Владеет навыками постановки целей и задач деятельности подразделений организации сферы гостеприимства и общественного питания
Уровень 3	Владеет навыками постановки целей и задач деятельности подразделений организации сферы гостеприимства и общественного питания и организации их выполнения

**ПК-1.2: Организует оценку и обеспечивает текущее и перспективное планирование потребностей департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства и общественного питания в материальных ресурсах и персонале**

<b>Знать</b>	
Уровень 1	основы оценки и обеспечения текущего и перспективного планирования
Уровень 2	основы оценки и обеспечения текущего и перспективного планирования потребностей департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства в материальных ресурсах и персонале
Уровень 3	основы оценки и обеспечения текущего и перспективного планирования потребностей департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства и общественного питания в материальных ресурсах и персонале
<b>Уметь</b>	
Уровень 1	применять в профессиональной деятельности основы оценки и обеспечения текущего и перспективного планирования
Уровень 2	применять в профессиональной деятельности основы оценки и обеспечения текущего и перспективного планирования потребностей департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства в материальных ресурсах и персонале

Уровень 3	применять в профессиональной деятельности основы оценки и обеспечения текущего и перспективного планирования потребностей департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства и общественного питания в материальных ресурсах и персонале
<b>Владеть</b>	
Уровень 1	навыками применения в профессиональной деятельности основ оценки и обеспечения текущего и перспективного планирования
Уровень 2	навыками применения в профессиональной деятельности основ оценки и обеспечения текущего и перспективного планирования потребностей департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства в материальных ресурсах и персонале
Уровень 3	навыками применения в профессиональной деятельности основ оценки и обеспечения текущего и перспективного планирования потребностей департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства и общественного питания в материальных ресурсах и персонале
<b>ПК-1.3: Способен осуществлять управление ресурсами и персоналом департаментов организации сферы гостеприимства и общественного питания с использованием цифровых технологий</b>	
<b>Знать</b>	
Уровень 1	основы оценки и обеспечения текущего и перспективного планирования
Уровень 2	основы оценки и обеспечения текущего и перспективного планирования потребностей департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства в материальных ресурсах и персонале
Уровень 3	основы оценки и обеспечения текущего и перспективного планирования потребностей департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства и общественного питания в материальных ресурсах и персонале
<b>Уметь</b>	
Уровень 1	применять в профессиональной деятельности основы оценки и обеспечения текущего и перспективного планирования
Уровень 2	применять в профессиональной деятельности основы оценки и обеспечения текущего и перспективного планирования потребностей департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства в материальных ресурсах и персонале
Уровень 3	применять в профессиональной деятельности основы оценки и обеспечения текущего и перспективного планирования потребностей департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства и общественного питания в материальных ресурсах и персонале
<b>Владеть</b>	
Уровень 1	навыками применения в профессиональной деятельности основ оценки и обеспечения текущего и перспективного планирования
Уровень 2	навыками применения в профессиональной деятельности основ оценки и обеспечения текущего и перспективного планирования потребностей департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства в материальных ресурсах и персонале
Уровень 3	навыками применения в профессиональной деятельности основ оценки и обеспечения текущего и перспективного планирования потребностей департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства и общественного питания в материальных ресурсах и персонале

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература и эл. ресурсы	Практ. подг.
	<b>Раздел 1. Основы рекламы</b>					
1.1	Тема 1. Реклама. Сущность и функции рекламы. Процесс рекламной деятельности. /Лек/	1	4	УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.2	Тема 1. Реклама. Сущность и функции рекламы. Процесс рекламной деятельности. /Пр/	1	2	УК-5.1 УК-5.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.3	Тема 1. Реклама. Сущность и функции рекламы. Процесс рекламной деятельности. /Ср/	1	22	УК-5.1 УК-5.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 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/	1	4	УК-5.1 УК-5.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 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/	1	18	УК-5.1 УК-5.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 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/	1	2	УК-5.1 УК-5.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 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/	1	4	УК-5.1 УК-5.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 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/	1	2	УК-5.1 УК-5.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 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/	1	4	УК-5.1 УК-5.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
<b>Раздел 2. Реклама и паблик рилейшнз в гостиничной деятельности</b>					
2.1	Тема 4. Реклама в структуре паблик рилейшнз. Эффективность рекламы. Паблик рилейшнз. Цели, функции, принципы деятельности паблик рилейшнз /Лек/	1	4	УК-5.1 УК-5.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 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/	1	2	УК-5.1 УК-5.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 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/	1	2	УК-5.1 УК-5.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 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/	1	4	УК-5.1 УК-5.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 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/	1	2	УК-5.1 УК-5.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 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/	1	4	УК-5.1 УК-5.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 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/	1	4	УК-5.1 УК-5.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 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/	1	2	УК-5.1 УК-5.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 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/	1	4	УК-5.1 УК-5.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.10	Тема 7. Рекламные компоненты PR. Управление кризисными ситуациями средствами PR. Организация и проведение PR-кампаний. /Лек/	1	4	УК-5.1 УК-5.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.11	Тема 7. Рекламные компоненты PR. Управление кризисными ситуациями средствами PR. Организация и проведение PR-кампаний. /Пр/	1	2	УК-5.1 УК-5.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.12	Тема 7. Рекламные компоненты PR. Управление кризисными ситуациями средствами PR. Организация и проведение PR-кампаний. /Ср/	1	4	УК-5.1 УК-5.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 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/	1	4	УК-5.1 УК-5.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 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/	1	2	УК-5.1 УК-5.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 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/	1	1,8	УК-5.1 УК-5.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
<b>Раздел 3. Промежуточная аттестация</b>					
3.1	Контактная работа на аттестации /КА/	1	0,2	УК-5.1 УК-5.2 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.2 Л3.3 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 ПР.
23. Функции ПР.
24. Взаимодействие управленческой и информационной функций в ПР- деятельности.
25. Принцип консенсуса – основополагающий принцип ПР.
26. Институционализация ПР в России 1990-х гг.: особенности, предметная сфера, региональная дифференциация.
27. Типовая организационная структура институтов ПР.
28. Правовое и этическое регулирование ПР-деятельности.
29. Доктрина «человеческих отношений» как основа оптимизации корпоративных и межкорпоративных отношений в системе ПР.
30. ПР-деятельность в системе маркетинговых отношений.
31. Концепция социально-этического маркетинга и модели ПР.
32. Анализ и прогноз в структуре ПР-деятельности: маркетинговые факторы эффективности ПР.
33. Основные методы анализа в ходе подготовки ПР-акций.
34. Структурно-функциональный анализ в сфере ПР.
35. Корпоративный и индивидуальный имидж: основные компоненты.
36. Репутация и имидж организации: черты сходства и различия.
37. Социальные предпосылки формирования имиджа средствами ПР.
38. Паблик рилейшнз как система социальных и информационных технологий.
39. Технологии ПР: 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. Паблсити 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

Оценочные материалы, сформированные для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «PR-технологии и реклама в гостиничной деятельности» разработаны на основании следующих документов:

- Федерального закона Российской Федерации от 29.12.2012 N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями);
- приказа Минобрнауки РФ от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

Оценочные материалы включают в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования обучающихся, по результатам выполнения самостоятельных работ. Формами диагностического контроля лекционной части данной дисциплины являются устные опросы и собеседования. Текущий контроль призван, с одной стороны, определить уровень продвижения обучающихся в освоении дисциплины и диагностировать затруднения в освоении материала, а с другой – показать эффективность выбранных средств и методов обучения. Формы контроля могут варьироваться в зависимости от содержания раздела дисциплины: контролем освоения содержания тем являются коллоквиум, выполнение учебных индивидуальных и групповых, в том числе творческих, заданий в ходе практических занятий, мониторинг результатов практических занятий, контрольный опрос (устный или письменный), презентация результатов проектной и исследовательской деятельности. Формы такого контроля выполняют одновременно и обучающую функцию.

Промежуточная аттестация направлена на определение уровня сформированности компетенций по дисциплине в целом.

Для комплексного планирования и осуществления всех форм учебной работы и контроля используется балльно-рейтинговая система (БРС). Все элементы учебного процесса (от посещения лекции до выполнения письменных заданий) соотносятся с определенным количеством баллов. Работы оцениваются в баллах, сумма которых определяет рейтинг каждого обучающегося. В баллах оцениваются не только знания и навыки обучающихся, но и творческие их возможности: активность, неординарность решений поставленных проблем, умение сформулировать и решить научную проблему. Форма текущего контроля знаний – работа обучающегося на практических занятиях. Форма промежуточной аттестации по результатам освоения дисциплины – зачет.

По дисциплине «PR-технологии и реклама в гостиничной деятельности» предусмотрен текущий контроль в виде тестирования, выполнения практических индивидуальных и групповых, в том числе творческих, заданий, итоговый контроль в виде экзамена. Порядок проведения текущего контроля и итогового контроля по дисциплине (промежуточный

контроль) строго соответствует «Положению о проведении контроля успеваемости студентов в НАН ЧОУ ВО Академии ИМСИТ». В перечень включаются вопросы из тем курса, позволяющие проверить и оценить теоретические знания студентов. Текущий контроль засчитывается на основе полноты раскрытия темы и выполнения представленных заданий. Для проведения зачета в устной, письменной или тестовой форме разрабатывается перечень вопросов, утверждаемых на кафедре.

#### 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: <a href="https://book.ru/book/934201">https://book.ru/book/934201</a>
Л1.2	Дурович А.П.	Реклама в туризме: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020, URL: <a href="https://znanium.com/catalog/document?id=344296">https://znanium.com/catalog/document?id=344296</a>
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: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=348165">http://znanium.com/catalog/document?id=348165</a>
Л1.4	Мандель Б.Р.	PR: методы работы со средствами массовой информации: Учебное пособие	Москва: Вузовский учебник, 2020, URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=350961">http://znanium.com/catalog/document?id=350961</a>
Л1.5	Абабков Ю.Н., Абабкова М. Ю.	Реклама в туризме: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020, URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=356220">http://znanium.com/catalog/document?id=356220</a>
Л1.6	Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации	PR в сфере коммерции: Учебник	Москва: Вузовский учебник, 2019, URL: <a href="https://znanium.com/catalog/document?id=363187">https://znanium.com/catalog/document?id=363187</a>
Л1.7	Кузнецов П.А.	Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии: Практическое пособие	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2021, URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=371000">http://znanium.com/catalog/document?id=371000</a>
Л1.8	Лашко С.И., Сапрыкина В.Ю.	Международный бизнес: PR и рекламное дело: Учебное пособие	Москва: Издательский Центр РИО, 2021, URL: <a href="https://znanium.com/catalog/document?id=375871">https://znanium.com/catalog/document?id=375871</a>
Л1.9	Антонова Н.В., Патоша О.И.	Психология потребительского поведения, рекламы и PR: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022, URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=387616">http://znanium.com/catalog/document?id=387616</a>

##### 6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Калмыков С.Б., Пашин Н.П.	Социальная реклама: конструирование эффективного взаимодействия с целевой аудиторией: Монография	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019, URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=333677">http://znanium.com/catalog/document?id=333677</a>

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.2	Музыкант В.Л.	Реклама: Учебное пособие	Москва: Издательский Центр РИО, 2019, URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=354352">http://znanium.com/catalog/document?id=354352</a>
Л2.3	Маслова В.М.	Связи с общественностью в управлении персоналом: Учеб. пособие	Москва: Вузовский учебник, 2020, URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=356162">http://znanium.com/catalog/document?id=356162</a>
Л2.4	Шарков Ф.И.	Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020, URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=358550">http://znanium.com/catalog/document?id=358550</a>
Л2.5	Варакута С.А.	Связи с общественностью: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019, URL: <a href="https://znanium.com/catalog/document?id=367327">https://znanium.com/catalog/document?id=367327</a>
Л2.6	Тимофеев М.И.	Связи с общественностью (паблик рилейшнз): Учебное пособие	Москва: Издательский Центр РИО, 2018, URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=372209">http://znanium.com/catalog/document?id=372209</a>
Л2.7	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: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=376164">http://znanium.com/catalog/document?id=376164</a>

### 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: <a href="https://book.ru/book/933616">https://book.ru/book/933616</a>
Л3.2	Шпаковский В.О., Розенберг Н.В.	Интернет-журналистика и интернет-реклама: Учебное пособие	Вологда: Инфра-Инженерия, 2018, URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=326349">http://znanium.com/catalog/document?id=326349</a>
Л3.3	Вельская Г.Г.	Реклама социальных проектов: Учебно-методическая литература	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2021, URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=371151">http://znanium.com/catalog/document?id=371151</a>

### 6.2. Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы

Э1	Электронная библиотечная система. - Режим доступа: <a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>		
Э2	Электронная библиотечная система. - Режим доступа: <a href="http://ibooks.ru/">http://ibooks.ru/</a>		
Э3	Московский научный общественный фонд . - Режим доступа: <a href="http://www.mpst.org">http://www.mpst.org</a>		
Э4	Предметно-ориентированная логическая библиотечная сеть . - Режим доступа: <a href="http://www.libweb.ru">http://www.libweb.ru</a>		
Э5	Научная электронная библиотека. - Режим доступа: <a href="http://www.elibrary.ru">www.elibrary.ru</a>		

### 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 <a href="https://yandex.ru/legal/browser_agreement/">https://yandex.ru/legal/browser_agreement/</a>		
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 <a href="https://www.gost.ru/portal/gost/">https://www.gost.ru/portal/gost/</a>		
6.3.2.2	ИСО Международная организация по стандартизации <a href="https://www.iso.org/ru/home.html">https://www.iso.org/ru/home.html</a>		
6.3.2.3	Консультант Плюс <a href="http://www.consultant.ru">http://www.consultant.ru</a>		
6.3.2.4	Кодекс – Профессиональные справочные системы <a href="https://kodeks.ru">https://kodeks.ru</a>		

<b>7. МТО (оборудование и технические средства обучения)</b>			
Ауд	Наименование	ПО	Оснащение
404	Помещение для проведения занятий лекционного типа	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	75 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), переносной ноутбук

<b>8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>
<p>В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки реализация компетентностного подхода предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (разбор конкретных задач, проведение блиц-опросов, исследовательские работы и т.п.) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.</p> <p>Удельный вес занятий, проводимых в интерактивной форме, составляет не менее 15 % аудиторных занятий (определяется ФГОС с учетом специфики ОПОП).</p> <p>Лекционные занятия дополняются ПЗ и различными формами СРС с учебной и научной литературой. В процессе такой работы студенты приобретают навыки «глубокого чтения» - анализа и интерпретации текстов по методологии и методике дисциплины.</p> <p>Учебный материал по дисциплине «PR-технологии и реклама в гостиничной деятельности» разделен на логически завершенные части (разделы), после изучения, которых предусматривается аттестация в форме письменных практических и/или творческих работ, тестирования с использованием электронной информационно-образовательной среды Академии, контрольных работ.</p> <p>Работы оцениваются в баллах, сумма которых дает рейтинг каждого обучающегося. В баллах оцениваются не только знания и навыки обучающихся, но и их творческие возможности: активность, неординарность решений поставленных проблем. Каждый раздел учебной дисциплины включает обязательные виды работ – лекции, ПЗ, различные виды СРС (выполнение домашних заданий по решению задач, подготовка к лекциям и практическим занятиям).</p> <p>Форма текущего контроля знаний – тестирование с использованием электронной информационно-образовательной среды Академии, работа студента на практическом занятии, опрос, подготовка докладов, сообщений, рефератов и иных исследовательских работ.</p> <p>Форма промежуточных аттестаций – тестирование, ответы на вопросы по дисциплине в целом, подготовка и защита докладов, рефератов.</p> <p>Итоговая форма контроля знаний по разделам – тестирование, выполнение практических заданий.</p> <p>Методические указания по выполнению учебной работы размещены в электронной образовательной среде академии.</p>
<b>9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ</b>
<p>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.</p> <p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• отбор и изложение материала должны обеспечивать достижение целей, изложенных в программе, и понимание прикладного значения данной дисциплины для своей профессии;</li> <li>• материал заданий должен быть осознаваем и служить средством выработки обобщенных умений;</li> <li>• при выполнении заданий следует формулировать их содержание в контексте темы.</li> </ul> <p>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</p>

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 гостиничной 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.