

«МИЧУРИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДЕНА
решением учебно-методического совета
университета
(протокол № 7 от 22 апреля 2026 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Председатель учебно-методического
совета университета
Р.А. Чмир
«22» апреля 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ОСОБЕННОСТИ PR ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Направление подготовки 43.03.02 Туризм

Направленность (профиль) Технология и организация экскурсионных услуг (агротуризм)

Кваліфікація - бакалавр

1. Цели освоения дисциплины (модуля)

Целями освоения дисциплины «Особенности PR деятельности в сфере туризма» являются формирование общепрофессиональных и профессиональных компетенций в области теории и практики рекламной коммуникации и связей с общественностью.

При освоении данной дисциплины учитываются трудовые функции профессионального стандарта:

04.005 «Экскурсовод (гид)», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 10 июня 2021 г. N 394н «Об утверждении профессионального стандарта «Экскурсовод (гид)».

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Особенности PR деятельности в сфере туризма» относится к Б1.О.03.06.

Изучение дисциплины «Особенности PR деятельности в сфере туризма» позволяет обучающимся овладеть знаниями, которые обеспечат возможность ориентации в одной из ведущих областей рекламной деятельности и связей с общественностью.

Дисциплина «Особенности PR деятельности в сфере туризма» является основой для последующего изучения дисциплины «Туристские формальности», «Технология и организация гостиничных услуг в аграрном туризме с практикумом».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить следующие трудовые функции.

04.005 «Экскурсовод (гид)»:

С/02.6 Проведение экскурсий

Трудовые действия:

Обеспечение проведения экскурсий.

Соблюдение маршрута экскурсий.

Обеспечение безопасности экскурсантов во время экскурсий.

Обеспечение возвращения экскурсантов.

Освоение дисциплины (модуля) направлено на формирование:
общепрофессиональных компетенций

ОПК-4Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта;

профессиональных компетенций:

ПК-1Способен организовать работу исполнителей, принимать решения об организации туристской деятельности;

ПК-4 Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий.

Планируемые результаты обучения (показатели освоения)	Критерии оценивания результатов обучения			
	Низкий (допороговый) , компетенция не сформирована	Пороговый	Базовый	Продвинутый

Категория профессиональных компетенций				
ОПК-4 Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта				
ИД-1опк-4 – Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	Не может осуществлять маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	Допускает ошибки при осуществлении маркетинговых исследований туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	Достаточно успешно осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	Уверенно осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов
ИД-2опк-4 – Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	Не может формировать каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	Допускает ошибки при формировании каналов сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	Достаточно успешно формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	Уверенно формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет
Тип задач профессиональной деятельности: технологический				
ПК-1. Способен организовать работу исполнителей, принимать решения об организации туристской деятельности				
ИД-1пк-1 – Осуществляет подбор персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности	Не может осуществлять подбор персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности	Допускает ошибки при осуществлении подбора персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности	Достаточно успешно осуществляет подбор персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности	Уверенно осуществляет подбор персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности
ИД-2пк-1 – Осуществляет	Не может осуществлять	Допускает ошибки при	Достаточно успешно	Уверенно осуществляет

руководство трудовым коллективом, хозяйственными и финансово-экономическими процессами туристской организации	руководство трудовым коллективом, хозяйственными и финансово-экономическими процессами туристской организации	осуществлении руководства трудовым коллективом, хозяйственным и финансово-экономическими процессами туристской организации	осуществляет руководство трудовым коллективом, хозяйственным и финансово-экономическими процессами туристской организации	руководство трудовым коллективом, хозяйственным и финансово-экономическими процессами туристской организации
ПК-4. Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий				
ИД-1 _{ПК-4} – Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта	Не может осуществлять проведение мероприятий по продвижению туристского продукта	Допускает ошибки при осуществлении проведения мероприятий по продвижению туристского продукта	Достаточно успешно осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта	Уверенно осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта
ИД-2 _{ПК-4} – Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний	Не может осуществлять оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывать мероприятия по корректировке рекламных кампаний	Допускает ошибки при осуществлении оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбора наиболее эффективных каналов, разработке мероприятия по корректировке рекламных кампаний	Достаточно успешно осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний	Уверенно осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

основы специальной терминологии в пределах программы,

- основные особенности рекламной коммуникации и связей с общественностью в социальной и некоммерческой сфере,
- жанры PR-текстов и рекламы в этой сфере.

Уметь:

- охарактеризовать основные виды рекламной и PR-деятельности в организациях, а также представление о специфике работы самих этих структур и их классификации,

- различать конкретные виды рекламы и PR-материалов,
- анализировать художественное исполнение и техническое воспроизведение печатной продукции,
- использовать полученные знания для более глубокого освоения смежных дисциплин, практической работы в курсовом и дипломном проектировании.

Владеть:

- владеет разработкой текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучением обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг;
- осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний;
- владеть жанрами PR-текстов и рекламы в сфере туризма;
- владеть рекламной коммуникацией и связями с общественностью в социальной и некоммерческой сфере.

3.1. Матрица соотнесения тем/разделов учебной дисциплины и формируемых в них общепрофессиональных и профессиональных компетенций

Темы, разделы дисциплины	Компетенции			
	ОПК-4	ПК-1	ПК-4	Общее количество компетенций
Раздел 1. Понятие, виды и средства рекламы	+	+	+	3
Тема 1. Определение видов рекламы по ее фрагментам; изучение ФЗ «О рекламе».	+	+	+	3
Тема 2. Составление рекламных сообщений для размещения на радио, в прессе, в сети Интернет	+	+	+	3
Раздел 2. Особенности планирования и организации рекламной работы	+	+	+	3
Тема 1. Case-study: рекламодаделец – исполнитель.	+	+	+	3
Раздел 3. Рекламное воздействие и производство рекламы	+	+	+	3
Тема 1. Составление рекламных сообщений с приемом кодировки	+	+	+	3
Тема 2. Разработка фирменного стиля компании (продукта).	+	+	+	3
Раздел 4. Основные понятия и принципы PR	+	+	+	3
Тема 1. Планирование деятельности отдела по связям с общественностью	+	+	+	3
Раздел 5. Социологические исследования в PR	+	+	+	3
Тема 1. Определение цели, разработка анкеты и выборки проблемного социологического исследования	+	+	+	3
Тема 2. Анализ проблемного социологического	+	+	+	3

исследования и разработка рекомендаций				
Раздел 6. Выставочная деятельность как инструмент связей с общественностью	+	+	+	3
Тема 1. Разработка и организация выставочного/ярмарочного мероприятия с целью продвижения конкретного товара/услуги	+	+	+	3
Тема 2. Оценка эффективности выставочного/ярмарочного мероприятия	+	+	+	3

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетная единица 108 акад. часов.

4.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид занятий	Количество акад. часов
	4 курс 2 сессия
Общая трудоемкость дисциплины	108
Контактная работа обучающихся с преподавателем	8
Аудиторные занятия, из них	8
лекции	4
практические занятия	4
Самостоятельная работа обучающихся, в т.ч.	96
Выполнение индивидуальных заданий	40
Подготовка к практическим занятиям	56
Контроль	4
Вид итогового контроля	зачет

4.2. Лекции

№	Раздел дисциплины, темы лекций	Объем в акад. часах	Формируемые компетенции
1	Раздел 1. Понятие, виды и средства рекламы	0,5	ОПК-4, ПК-1, ПК-4
	Тема 1. Определение видов рекламы по ее фрагментам; изучение ФЗ «О рекламе».	0,25	ОПК-4, ПК-1, ПК-4
	Тема 2. Составление рекламных сообщений для размещения на радио, в прессе, в сети Интернет	0,25	ОПК-4, ПК-1, ПК-4
2	Раздел 2. Особенности планирования и организации рекламной работы	0,5	ОПК-4, ПК-1, ПК-4
	Тема 1. Case-study: рекламодаделец – исполнитель.	0,5	ОПК-4, ПК-1, ПК-4
3	Раздел 3. Рекламное воздействие и производство рекламы	1	ОПК-4, ПК-1, ПК-4
	Тема 1. Составление рекламных сообщений с приемом кодировки	0,5	ОПК-4, ПК-1, ПК-4
	Тема 2. Разработка фирменного стиля компании (продукта).	0,5	ОПК-4, ПК-1, ПК-4
4	Раздел 4. Основные понятия и принципы PR	0,5	ОПК-4, ПК-1, ПК-4
	Тема 1. Планирование деятельности отдела по связям с общественностью	0,5	ОПК-4, ПК-1, ПК-4

			ПК-4
5	Раздел 5. Социологические исследования в PR	1	ОПК-4, ПК-1, ПК-4
	Тема 1.Определение цели,разработка анкеты и выборки проблемного социологического исследования	0,5	ОПК-4, ПК-1, ПК-4
	Тема 2. Анализ проблемного социологического исследования и разработка рекомендаций	0,5	ОПК-4, ПК-1, ПК-4
6	Раздел 6. Выставочная деятельность как инструмент связей с общественностью	0,5	ОПК-4, ПК-1, ПК-4
	Тема 1.Разработка и организация выставочного/ярмарочного мероприятия с целью продвижения конкретного товара/услуги	0,25	ОПК-4, ПК-1, ПК-4
	Тема 2. Оценка эффективности выставочного/ярмарочного мероприятия	0,25	ОПК-4, ПК-1, ПК-4
	Итого	4	

4.3. Практические занятия

№ п/п	Наименование занятия	Объем в акад. часах	Формируемые компетенции
1	Раздел 1. Понятие, виды и средства рекламы	0,5	ОПК-4, ПК-1, ПК-4
2	Тема 1. Определение видов рекламы по ее фрагментам;изучение ФЗ«О рекламе».	0,25	ОПК-4, ПК-1, ПК-4
3	Тема 2. Составление рекламных сообщений для размещения на радио,в прессе,в сети Интернет	0,25	ОПК-4, ПК-1, ПК-4
4	Раздел 2. Особенности планирования и организации рекламной работы	0,5	ОПК-4, ПК-1, ПК-4
5	Тема 1.Case-study:рекламодатель–исполнитель.	0,5	ОПК-4, ПК-1, ПК-4
6	Раздел 3. Рекламное воздействие и производство рекламы	1	ОПК-4, ПК-1, ПК-4
7	Тема 1. Составление рекламных сообщений с приемом кодировки	0,5	ОПК-4, ПК-1, ПК-4
8	Тема 2. Разработка фирменного стиля компании(продукта).	0,5	ОПК-4, ПК-1, ПК-4
9	Раздел 4. Основные понятия и принципы PR	0,5	ОПК-4, ПК-1, ПК-4
10	Тема 1.Планирование деятельности отдела по связям с общественностью	0,5	ОПК-4, ПК-1, ПК-4
11	Раздел 5. Социологические исследования в PR	1	ОПК-4, ПК-1, ПК-4
12	Тема 1.Определение цели,разработка анкеты и выборки проблемного социологического исследования	0,5	ОПК-4, ПК-1, ПК-4
	Тема 2. Анализ проблемного социологического исследования и разработка рекомендаций	0,5	ОПК-4, ПК-1, ПК-4
13	Раздел 6. Выставочная деятельность как инструмент связей с общественностью	0,5	ОПК-4, ПК-1, ПК-4
14	Тема 1.Разработка и организация	0,25	ОПК-4, ПК-1,

	выставочного/ярмарочного мероприятия с целью продвижения конкретного товара/услуги		ПК-4
15	Тема 2. Оценка эффективности выставочного/ярмарочного мероприятия	0,25	ОПК-4, ПК-1, ПК-4
	Итого	4	

4.4. Лабораторные работы не предусмотрены учебным планом.

4.5. Самостоятельная работа обучающихся

Раздел дисциплины	Вид самостоятельной работы	Объем акад. часов
Раздел 1. Понятие, виды и средства рекламы	Подготовка к практическим занятиям	10
	Выполнение индивидуальных заданий	6
Раздел 2. Особенности планирования и организации рекламной работы	Подготовка к практическим занятиям	10
	Выполнение индивидуальных заданий	6
Раздел 3. Рекламное воздействие и производство рекламы	Подготовка к практическим занятиям	10
	Выполнение индивидуальных заданий	6
Раздел 4. Основные понятия и принципы PR	Подготовка к практическим занятиям	10
	Выполнение индивидуальных заданий	6
Раздел 5. Социологические исследования в PR	Подготовка к практическим занятиям	10
	Выполнение индивидуальных заданий	6
Раздел 6. Выставочная деятельность как инструмент связей с общественностью	Подготовка к практическим занятиям	6
	Выполнение индивидуальных заданий	10
Итого:		96 часов

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине «Особенности PR деятельности в сфере туризма»

1. Чмир Р.А. и др. Учебно-методический комплекс дисциплины «Особенности PR деятельности в сфере туризма» по направлению подготовки 43.03.02 Туризм направленность (профиль) Технология и организация экскурсионных услуг (агротуризм) – Мичуринский ГАУ, 2026.

4.6. Курсовое проектирование - не предусмотрено учебным планом.

4.7. Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Понятие, виды и средства рекламы

История развития рекламы. Различные виды рекламы. Федеральный закон «О рекламе». Ненадлежащая реклама и ее признаки. Элементы средств в рекламе.

Раздел 2. Особенности планирования и организации рекламной работы

Рекламное агентство и его функции. Рекламодатель и продукт рекламирования. Понятие и сущность брендинга. Функции рекламного отдела. Этапы планирования рекламной

деятельности: характеристика и содержание. Выбор средств распространения рекламы.

Раздел 3. Рекламное воздействие и производство рекламы

Модели рекламного воздействия. Медиа-планирование в структуре обеспечения рекламного воздействия. Целевая аудитория. Коммуникационные барьеры. Схема и кодировка рекламного сообщения. Фирменный стиль. Дизайн рекламы. Поиск творческой идеи. Основные принципы и приемы построения композиции рекламы. Использование цвета в рекламе. Написание рекламного текста с точки зрения психологических типов личности.

Раздел 4. Основные понятия и принципы PR

Определение публичности. Классификация категорий общественности. Профессиональные коммуникации.

Раздел 5. Социологические исследования в PR

Роль социологических исследований и их типы. Элементы социологических исследований: правила составления анкет, формирования выборки и проведение анализа по результатам. Основные исследовательские организации в России.

Раздел 6. Выставочная деятельность как инструмент связей с общественностью

Сущность и роль выставочно-ярмарочной деятельности. Организационно-экономические аспекты участия компаний в выставках. Основные проблемы выставочно-ярмарочной деятельности. Методика оценки выставочного мероприятия.

5. Образовательные технологии

При проведении лекций и практических занятий используются следующие виды образовательных технологий: аудиовизуальная технология, проблемное изложение, индивидуализированное обучение с групповым обсуждением итогов, разбор конкретной ситуации, работа малыми группами, семинар в форме круглого стола, семинар конференция и др.

Вид учебных занятий	Форма проведения
Лекции	- традиционная; - интерактивная: «мозговая атака» («мозговой штурм»), мини-лекция, презентации с использованием различных вспомогательных средств с обсуждением, просмотр и обсуждение видеофильмов (лекция-визуализация), проблемная лекция, лекция с заранее запланированными ошибками.
Практические занятия	- традиционная; - интерактивная: дискуссия, метод анализа конкретных ситуаций (кейс-метод), коллективные решения творческих задач, моделирование производственных процессов и ситуаций, деловая игра.
Самостоятельная работа	- традиционная; - интерактивная: метод проектов, метод обучения в парах (спарринг-партнерство).

6. Оценочные средства дисциплины

6.1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине

«Особенности PR деятельности в сфере туризма»

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины*	Код контролируемой компетенции	Оценочное средство	
			наименование	кол-во

1	Раздел 1. Понятие, виды и средства рекламы	ОПК-4, ПК-1, ПК-4	Темы рефератов Тестовые задания Вопросы к зачету	2 6 6
3	Раздел 2. Особенности планирования и организации рекламной работы	ОПК-4, ПК-1, ПК-4	Темы рефератов Тестовые задания Вопросы к зачету	2 6 6
	Раздел 3. Рекламное воздействие и производство рекламы	ОПК-4, ПК-1, ПК-4	Темы рефератов Тестовые задания Вопросы к зачету	2 6 6
	Раздел 4. Основные понятия и принципы PR	ОПК-4, ПК-1, ПК-4	Темы рефератов Тестовые задания Вопросы к зачету	2 6 6
	Раздел 5. Социологические исследования в PR	ОПК-4, ПК-1, ПК-4	Темы рефератов Тестовые задания Вопросы к зачету	2 6 6
	Раздел 6. Выставочная деятельность как инструмент связей с общественностью	ОПК-4, ПК-1, ПК-4	Темы рефератов Тестовые задания Вопросы к зачету	2 6 6

6.2. Перечень вопросов для зачета

Раздел 1. Понятие, виды и средства рекламы

1. История возникновения и развития рекламы.ОПК-4, ПК-1, ПК-4
2. История развития рекламы в России. Современные проблемы функционирования российского рекламного рынка.ОПК-4, ПК-1, ПК-4
3. Роль и значение рекламы на современном этапе развития общества.ОПК-4, ПК-1, ПК-4
4. Основные понятия и наиболее важные статьи Федерального Закона «О рекламе».Организовывать продажи и продвижение туристского продукта;ОПК-4, ПК-1, ПК-4
5. Кодекс рекламной практики. ОПК-4, ПК-1, ПК-4
6. Влияние внешних и внутренних факторов на процесс восприятия рекламы потребителем. Особенности применения методов внушения и убежденияорганизовывать продажи и продвижение туристского продуктаОПК-4, ПК-1, ПК-4

Раздел 2. Особенности планирования и организации рекламной работы

7. Процесс воздействия и восприятия рекламы. Цвет, звук, форма, движение как средства воздействия на психику потребителя.ОПК-4, ПК-1, ПК-4
8. Понятие системы маркетинговых коммуникаций. Охарактеризовать основные средства маркетинговых коммуникаций.ОПК-4, ПК-1, ПК-4
9. Роль и значение рекламы в системе маркетинговых коммуникаций.ОПК-4, ПК-1, ПК-4

Раздел 3. Рекламное воздействие и производство рекламы

10. Прямой маркетинг как одно из наиболее эффективных средств маркетинговых коммуникаций. Директ-мэйл маркетинг. Перспективы развития прямого маркетинга в России и за рубежом.ОПК-4, ПК-1, ПК-4
11. Стимулирование сбыта как средство эффективного краткосрочного воздействия на поведение потребителей. Виды стимулирующих приемов.ОПК-4, ПК-1, ПК-4

Раздел 4. Основные понятия и принципы PR

12. Классификация рекламных средств. Выбор рекламных средств.ОПК-4, ПК-1, ПК-4
13. Достоинства и недостатки печатной рекламы. Виды печатной рекламы.ОПК-4, ПК-1, ПК-4
14. Аудиовизуальная реклама. Виды, черты, преимущества и недостатки.ОПК-4, ПК-1, ПК-4
15. Специфика производства рекламы на радио. Виды радиорекламы. Ее достоинства и недостатки принимать решения об организации туристской деятельностиОПК-4, ПК-1, ПК-4
16. Телевизионная реклама. Подготовка рекламной кампании на телевидении. Виды ТВ-рекламы.ОПК-4, ПК-1, ПК-4

Раздел 5. Социологические исследования в PR

17. Особенности проведения сегментации целевой аудитории с помощью эфирного времени и выбора канала. Концепция эффективного ТВ-ролика.ОПК-4, ПК-1, ПК-4
18. Преимущества и недостатки прямой почтовой рекламы. Базы адресов.ОПК-4, ПК-1, ПК-4

Раздел 6. Выставочная деятельность как инструмент связей с общественностью

19. Выставки и ярмарки как одна из древнейших форм продвижения продукции туристского продукта с использованием современных технологий.
20. Процесс организации выставок. ОПК-4, ПК-1, ПК-4
21. Особенности и этапы процесса участия фирмы в выставке туристского продукта с использованием современных технологий.
22. .ОПК-4, ПК-1, ПК-4
23. Виды и правила создания наружной рекламы. Современные технологии наружной рекламы, ее преимущества и недостатки.ОПК-4, ПК-1, ПК-4
24. Классификация сувенирной продукции. Особенности ее создания и распространения. Использование фирменной символики.ОПК-4, ПК-1, ПК-4
25. Цели и функции сувенирной рекламы туристского продукта с использованием современных технологий.ОПК-4, ПК-1, ПК-4
26. Классификация витрин, способы их оформления. Значение дизайна витрин в коммерческой деятельности магазинов.ОПК-4, ПК-1, ПК-4
27. Интерактивная реклама. Реклама в Интернете. Списки рассылок. Понятие спама. ОПК-4, ПК-1, ПК-4
28. Функции рекламных агентств, их виды. Организационная структура и должностные обязанности специалистов рекламного агентства туристского продукта с использованием современных технологий. ОПК-4, ПК-1, ПК-4
29. Основные этапы разработки рекламной кампании принимать решения об организации туристской деятельности;
30. Их классификация принимать решения об организации туристской деятельности ОПК-4, ПК-1, ПК-4
31. Экономическая эффективность рекламы. Методы расчета эффективности, недостатки и достоинства этих методов принимать решения об организации туристской деятельностиОПК-4, ПК-1, ПК-4
30. Способы оценки психологической эффективности рекламы. Приемы повышения е эффективности.ОПК-4, ПК-1, ПК-4

6.3. Шкала оценочных средств

Уровни освоения	Критерии оценивания	Оценочные средства
------------------------	----------------------------	---------------------------

компетенций		(кол. баллов)
Продвинутый (75-100 баллов) «зачтено»	Полнота знаний практического контролируемого материала, демонстрация умений и навыков выполнения типовых заданий / упражнений от 75 до 100%. Полное знание подбора персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности Полное знание проведения мероприятий по продвижению туристского продукта Умение в полной мере организовать подбор персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности Умение в полной мере проводить мероприятия по продвижению туристского продукта Умение в полной мере осуществлять оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний Грамотное владение подбором персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности Грамотное владение проведением мероприятий по продвижению туристского продукта Грамотное владение осуществлением оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний	тестовые задания (18-40), реферат (5-10), вопросы к зачету (включая компетентностно - ориентированные задания) (38-50 баллов)
Базовый (50-74 балла) «зачтено»	Полнота знаний теоретического контролируемого материала от 50 до 74%. Знание подбора персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности Знание проведения мероприятий по продвижению туристского продукта Умение организовать подбор персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности Умение проводить мероприятия по продвижению туристского продукта Умение осуществлять оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний	тестовые задания (15-34), реферат (4-8), вопросы к зачету (включая компетентностно - ориентированные задания) (25-37)

	Владение подбора персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности Владение проведения мероприятий по продвижению туристского продукта Владение осуществления оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний	
Пороговый (35-49 баллов) «зачтено»	Полнота знаний теоретического контролируемого материала от 35 до 49% Поверхностное знание подбора персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности Поверхностное знание проведения мероприятий по продвижению туристского продукта Слабое умение организовать подбор персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности Слабое умение проводить мероприятия по продвижению туристского продукта Слабое умение осуществлять оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний Владение с затруднениями подбора персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности Владение с затруднениями проведения мероприятий по продвижению туристского продукта Владение с затруднениями осуществления оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний	тестовые задания (12-28), реферат (3-6), вопросы к зачету (включая компетентностно - ориентированные задания) (18-24)
Низкий (допороговый) (компетенция не сформирована) (менее 35 баллов) «не зачтено»	Полнота знаний теоретического контролируемого материала до 34% Незнание подбора персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности Незнание проведения мероприятий по продвижению туристского продукта Неумение организовать подбор персонала туристского предприятия в соответствии с	Тестовые задания (0-11), реферат (0-4), вопросы к зачету (включая компетентностно - ориентированные задания)

	профессиональными задачами деятельности Неумение проводить мероприятия по продвижению туристского продукта Неумение осуществлять оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний Невладение с затруднениями подбора персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности Невладение с затруднениями проведения мероприятий по продвижению туристского продукта Невладение с затруднениями осуществления оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний	(0-17)
--	--	--------

Все комплексы оценочных средств (контрольно-измерительных материалов), необходимых для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины (модуля) подробно представлены в документе «Фонд оценочных средств дисциплины (модуля)».

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1. Учебная литература:

1. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515319>.
2. Отнюкова, М. С. Инновации в туризме : учебное пособие для вузов / М. С. Отнюкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 135 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15354-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510088>.
3. Рамендик, Д. М. Психодиагностика в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие для вузов / Д. М. Рамендик, О. В. Одинцова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 212 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10049-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512481>.
4. Чмир Р.А. и др. Учебно-методический комплекс дисциплины «Особенности PR деятельности в сфере туризма» по направлению подготовки 43.03.02 Туризм направленность (профиль) Технология и организация экскурсионных услуг (агротуризм) – Мичуринский ГАУ, 2026.

7.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Официальный сайт Федерального агентства по туризму Министерства экономического развития Российской Федерации (<https://www.russiatourism.ru/>)
2. Ассоциация содействия развитию агротуризма «АгротуризмАссоциация» (<http://www.agritourism.ru/ru/filial/>)
3. Всемирная туристская организация (UNWTO) (www.unwto.org)
4. Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC) (www.wttc.org)
5. Российский союз туриндустрии (<http://www.rostourunion.ru/>)

6. Официальный сайт Международной туристической выставки «Интурмаркет» (<https://www.itmexpo.ru/>)
7. Национальный туристический портал (<https://russia.travel/>)
8. Федеральный портал «Российское образование» (<http://www.edu.ru/>)
9. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» (<http://window.edu.ru/>).
10. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов (<http://school-collection.edu.ru/catalog/>)
11. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>).
12. Университетская информационная система Россия (УИС Россия) (<https://uisrussia.msu.ru/>)
13. www.ratanews.ru – ежедневная электронная газета «RATANews», выпускаемая Российским союзом туриндустрии
14. <http://www.tagazeta.ru/> Электронная газета "Турагент"
15. <http://www.ttg-russia.ru/> Туристская деловая газета
16. <http://tourbus.ru/> Журнал "Туристический бизнес"
17. <http://www.tourinfo.ru/> "Туринфо" - Деловой журнал туристического рынка России
18. <http://www.rustur.ru/> Журнал "Отдых в России"
19. <http://service-rusjournal.ru/> Научный журнал «Сервис в России и зарубежом»

7.3. Методические указания по освоению дисциплины:

1. Чмир Р.А. и др. Учебно-методический комплекс дисциплины «Особенности PR деятельности в сфере туризма» по направлению подготовки 43.03.02 Туризм направленность (профиль) Технология и организация экскурсионных услуг (агротуризм) – Мичуринский ГАУ, 2026.

7.4. Информационные и цифровые технологии (программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы)

Учебная дисциплина (модуль) предусматривает освоение информационных и цифровых технологий. Реализация цифровых технологий в образовательном пространстве является одной из важнейших целей образования, дающей возможность развивать конкурентоспособные качества обучающихся как будущих высококвалифицированных специалистов.

Цифровые технологии предусматривают развитие навыков эффективного решения задач профессионального, социального, личностного характера с использованием различных видов коммуникационных технологий. Освоение цифровых технологий в рамках данной дисциплины (модуля) ориентировано на способность безопасно и надлежащим образом получать доступ, управлять, интегрировать, обмениваться, оценивать и создавать информацию с помощью цифровых устройств и сетевых технологий. Формирование цифровой компетентности предполагает работу с данными, владение инструментами для коммуникации.

7.4.1 Электронно-библиотечные системы и базы данных

1. ООО «ЭБС ЛАНЬ» (<https://e.lanbook.com/>) (договор на оказание услуг от 01.09.2025 № б/н (Сетевая электронная библиотека).
2. База данных электронных информационных ресурсов ФГБНУ ЦНСХБ (договор по обеспечению доступа к электронным информационным ресурсам ФГБНУ ЦНСХБ через терминал удаленного доступа (ТУД ФГБНУ ЦНСХБ) от 01.12.2025 № 04-УТ/2025).

3. ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» (<https://urait.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа к образовательной платформе ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» от 01.09.2025 № 7326).

4. Электронно-библиотечная система «Вернадский» (<https://vernadsky-lib.ru>) (договор на безвозмездное использование произведений от 26.03.2020 № 14/20/25).

5. База данных НЭБ «Национальная электронная библиотека» (<https://rusneb.ru/>) (договор о подключении к НЭБ и предоставлении доступа к объектам НЭБ от 02.09.2024 № 101/НЭБ/4712-п).

6. Договор о сотрудничестве по оказанию библиотечно-информационных и социокультурных услуг пользователям университета из числа инвалидов по зрению, слабовидящих, инвалидов других категорий с ограниченным доступом к информации, лиц, имеющих трудности с чтением плоскочечатного текста ТОГБУК «Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина» Филиал «Специальная библиотека для слепых им. Н.А. Островского» (<https://www.tambovlib.ru>) (договор о сотрудничестве от 10.10.2024 № 0001).

7.4.2. Информационные справочные системы

1. Справочная правовая система КонсультантПлюс (договор поставки, адаптации и сопровождения экземпляров систем КонсультантПлюс от 24.02.2026 № 12760 /13900/ЭС).

2. Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (договор на услуги по сопровождению от 11.02.2026 № 194-01/2026).

7.4.3. Современные профессиональные базы данных

1. База данных нормативно-правовых актов информационно-образовательной программы «Росметод» (договор от 06.11.2025 № 505/2025)

2. База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU – российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования - <https://elibrary.ru/>

3. Портал открытых данных Российской Федерации - <https://data.gov.ru/>

4. Открытые данные Федеральной службы государственной статистики - <https://rosstat.gov.ru/opendata>

5. Официальный сайт Федерального агентства по туризму Министерства экономического развития Российской Федерации - <https://www.economy.gov.ru/material/directions/turizm/>

6. Российский союз туриндустрии - <https://rst.ru/>

7. Национальный туристический портал - <https://путешествуем.рф/>

8. Туристская деловая газета - <http://www.ttg-russia.ru/>

9. Журнал «Туристический бизнес» <http://tourbus.ru/>

10. Журнал «Отдых в России» - <http://www.rustur.ru/>

11. Научный журнал «Сервис в России и за рубежом» - <http://service-rusjournal.ru/>

12. База данных нормативно-правовых актов информационно-образовательной программы «Росметод» - <https://rosmetod.ru/>

13. База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU – российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования - <https://elibrary.ru/>

14. Портал открытых данных Российской Федерации - <https://data.gov.ru/>

15. Открытые данные Федеральной службы государственной статистики - <https://rosstat.gov.ru/opendata>

16. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов - <https://web.archive.org/web/20160330173433/http://school-collection.edu.ru/>

17. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - <https://web.archive.org/web/20191122092928/http://window.edu.ru/>

18. Государственная научная педагогическая библиотека им. К.Д. Ушинского РАО (ГПНБ им. К.Д. Ушинского РАО) - <https://gnpbu.ru/>

19. Университетская информационная система Россия (УИС Россия) - <https://web.archive.org/web/20220704124418/https://uisrussia.msu.ru/>

7.4.4. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

№	Наименование	Разработчик ПО (правообладатель)	Доступность (лицензионное, свободно распространяемое)	Ссылка на Единый реестр российских программ для ЭВМ и БД (при наличии)	Реквизиты подтверждающего документа (при наличии)
1	Microsoft Windows, Office Professional	Microsoft Corporation	Лицензионное	-	Лицензия от 04.06.2015 № 65291651 срок действия: бессрочно
2	Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	АО «Лаборатория Касперского» (Россия)	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/366574/?sphrase_id=415165	Сублицензионный договор с ООО «Софттекс» от 17.12.2025 № б/н, срок действия: с 18.12.2025 по 17.12.2026
3	МойОфисСтандартный - Офисный пакет для работы с документами и почтой (myoffice.ru)	ООО «Новые облачные технологии» (Россия)	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/301631/?sphrase_id=2698444	Контракт с ООО «Рубикон» от 24.04.2019 № 0364100000819000012 срок действия: бессрочно
4	Офисный пакет «Р7-Офис» (десктопная версия)	АО «Р7»	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/306668/?sphrase_id=4435041	Контракт с ООО «Софттекс» от 24.10.2023 № 0364100000823000007 срок действия: бессрочно
5	Операционная система «Альт Образование»	ООО "Базальт свободное программное обеспечение"	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/303262/?sphrase_id=4435015	Контракт с ООО «Софттекс» от 24.10.2023 № 0364100000823000007 срок действия: бессрочно
6	Программная	АО	Лицензионное	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/303262/?sphrase_id=4435015	Лицензионный

	система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат ВУЗ» (https://docs.antiplagiat.ru)	«Антиплагиат» (Россия)	е	l.gov.ru/reestr/303350/?sphrase_id=2698186	договор с АО «Антиплагиат» от 16.05.2025 № 10567, срок действия: с 16.06.2025 по 15.06.2026
7	Acrobat Reader - просмотр документов PDF, DjVU	Adobe Systems	Свободно распространяемое	-	-
8	Foxit Reader - просмотр документов PDF, DjVU	Foxit Corporation	Свободно распространяемое	-	-

7.4.5. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. CDTOWiki: база знаний по цифровой трансформации <https://cdto.wiki/>

7.4.6. Цифровые инструменты, применяемые в образовательном процессе

1. LMS-платформа Moodle
2. Виртуальная доска Миро: miro.com
3. Виртуальная доска SBoard<https://sboard.online>
4. Облачные сервисы: Яндекс.Диск, Облако Mail.ru
5. Сервисы опросов: Яндекс.Формы, MyQuiz
6. Сервисы видеосвязи: Яндекс.Телемост, Webinar.ru
7. Сервис совместной работы над проектами для небольших групп Trello <http://www.trello.com>

7.4.7. Цифровые технологии, применяемые при изучении дисциплины (модуля)

№	Цифровые технологии	Виды учебной работы, выполняемые с применением цифровой технологии	Формируемые компетенции
1.	Облачные технологии	Аудиторная и самостоятельная работа	ОПК-4, ПК-1, ПК-4
2.	Технологии беспроводной связи	Аудиторная и самостоятельная работа	ОПК-4, ПК-1, ПК-4

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные занятия с обучающимися проводятся в помещениях университета согласно расписанию.

Наименование	Оснащенность	Перечень
--------------	--------------	----------

специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающег о документа
Учебная аудитория № 18 в учебном корпусе № 10 (для проведения учебных занятий лекционного типа) 393760, Тамбовская область, г. Мичуринск, ул. Советская, дом № 274	Специализированная мебель: столы - 20 шт., стулья - 125 шт., стол для президиума – 2 шт., столик проекционный – 1 шт., трибуна – 1 шт. Оборудование: ноутбук SamsungNP-R528-DA03, проектор AcerX1261 (nV 3D) DLP 2500 IUMFNSXG (1024x768)370061 ColorBoostHEco, экран на треноге ScreenMedia 160x180см, экран на штативе ProiectaProView 160x160см, акустическая система JBL EON 515, микшерный пульт YAMAHA MG166CX, пульт микшерный «Беринжер», акустическая система «Беринжер, вокальная радиосистема двухантенная SHURF PCX24/SM58 с капсюлем микрофона SM58, активные акустические колонки, динамический кардиоидный вокальный микрофон SHURE SM-58 – 2 шт., микрофон «Беринжер», стойки микрофонные, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий. Программное обеспечение: MicrosoftWindows XP (лицензия от 09.12.2004 № 18495261, бессрочно); MicrosoftOffice 2003 (лицензия от 10.07.2009 № 45685146, бессрочно); Программное обеспечение «KasperskyEndpointSecurity для бизнеса Стандартный» для защиты от вредоносных компонентов, лицензия № 17E0180528054408743891 срок использования с 01.11.2018 до 22.11.2020; AcrobatReader – свободно распространяемое программное обеспечение (просмотр документов PDF, DjVU); FoxitReader – свободно распространяемое программное обеспечение (просмотр документов PDF, DjVU); База данных нормативно-правовых актов информационно-образовательной программы «Росметод» (договор от 02.07.2019 № 405, срок действия с 17.07.2019 по 16.07.2020; договор от 20.07.2020 № 1312, срок действия с 20.07.2020 по 20.07.2021); Справочно-правовая система КонсультантПлюс (договор от 26.02.2019 № 9662/13900/ЭС, срок действия с 01.01.2019 по 31.12.2019, договор от 25.02.2020 № 10152/13900/ЭС, срок действия с 01.01.2020 по 31.12.2020); Программное обеспечение «Антиплагиат.ВУЗ» (лицензионный договор от 19.03.2019 №1043, срок действия с 19.03.2019 по 18.03.2020; лицензионный договор от 13.04.2020 № 2221, срок действия 1 год).	1. Microsoft Windows Professional 7 (лицензия от 27.11.2009 № 46191701, бессрочно). 2. Microsoft Office 2003 (лицензия от 10.07.2009 № 45685146, бессрочно). 3. Система Консультант Плюс (договор поставки, адаптации и сопровождения экземпляров систем Консультант Плюс от 11.03.2024 № 11921 /13900/ЭС) 4. Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (договор на услуги по сопровождению от 15.01.2024 № 194-01/2024)
Учебная аудитория № 26 в учебном корпусе № 10 (для проведения	Специализированная мебель: столы – 14 шт., стулья – 28 шт., доска классная. Оборудование: телевизор LG21Q65, макеты, учебно-наглядные пособия по дисциплине	1. Microsoft Windows Professional 7 (лицензия от 27.11.2009 №

учебных занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации) 393760, Тамбовская область, г. Мичуринск, ул. Советская, дом № 274	«Особенности PR деятельности в сфере туризма», тренажеры.	46191701, бессрочно). 2. Microsoft Office 2003 (лицензия от 10.07.2009 № 45685146, бессрочно). 3. Система Консультант Плюс (договор поставки, адаптации и сопровождения экземпляров систем Консультант Плюс от 11.03.2024 № 11921 /13900/ЭС) 4. Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (договор на услуги по сопровождению от 15.01.2024 № 194-01/2024)
Помещение № 210 в учебном корпусе № 1 (для самостоятельной работы обучающихся) 393760, Тамбовская обл., г. Мичуринск, ул. Интернациональная , дом № 101	Специализированная мебель: шкаф канцелярский – 1 шт., доска классная+маркер, столы – 10 шт., стулья – 20 шт. Оборудование: Ноутбук HewlettPackardPavilion 15-e006sr (D9X28EA), МФУ Canon i-Sensys MF 4410, Системный комплект: Процессор IntelOriginal LGA 1155 Celeron G 1610 OEM (2.6/2 Mb), монитор 20” AsusAs MS202D, материнская плата Asus, вентилятор, память, жесткий диск, корпус, клавиатура, мышь, Принтер HP-1100, Принтер HP LaserJet 1200, Принтер Canon, Компьютер Celeron E 3300 – 2 шт., Компьютер DualCore, Компьютер OLDI 310 КД, Копировальный аппарат KyoceraMitaTASKalfa 180. Компьютерная техника подключена в сети «Интернет» и обеспечена доступом к ЭИОС университета. Программное обеспечение: MicrosoftWindows 7 (лицензия от 31.12.2013 № 49413124, бессрочно); MicrosoftOffice 2010 (лицензия от 04.06.2015 № 65291658, бессрочно);Автоматизированная система ProjectExpert 7, автоматизированная система AuditExpert 4 (договор от 18.12.2012 № 0354/1П-06, срок действия 31.03.2021); StatisticaBase 6 (договор от 12.01.2012 № 6/12/A, бессрочно); StatisticaUltimate (контракт от 25.04.2016 №0364100000816000014, бессрочно); Набор офисных приложений «Мой офис» (контракт от 24.04.2019 № 0364100000819000012, срок действия 1 год); Программное обеспечение 1С: Университет Проф, 1С: Предприятие 8.3z (контракт от 22.04.2019	1. Microsoft Windows Professional 7 (лицензия от 27.11.2009 № 46191701, бессрочно). 2. Microsoft Office 2003 (лицензия от 10.07.2009 № 45685146, бессрочно). 3. Система Консультант Плюс (договор поставки, адаптации и сопровождения экземпляров систем Консультант Плюс от 11.03.2024 № 11921 /13900/ЭС) 4. Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (договор на услуги по сопровождению от 15.01.2024 № 194-01/2024)

	№ 0364100000819000015, срок действия с 22.04.2019 по 31.12.2019); Программное обеспечение (Учебный комплект КОМПАС 3D, Учебный комплект «Расчетно-информационная система», Электронный справочник конструктора, OfficeStandart 2013) (контракт от 17.06.2014 № 0364100000814000013, бессрочно); ABBYY FineReader (контракт от 15.06.2015 № 0364100000815000021, бессрочно); PTC Mathcad, Matlab, ABBYY Lingvox6 (от 25.04.2016 № 0364100000816000014, бессрочно); ГИС MapInfoProfessional (договор от 18.12.2015 № 123/2015-У, бессрочно); Программное обеспечение «KasperskyEndpointSecurity для бизнеса Стандартный» для защиты от вредоносных компонентов, лицензия № 17E0180528054408743891 срок использования с 01.11.2018 до 22.11.2020; AcrobatReader – свободнораспространяемоепрограммноеобеспечение (просмотрдокументов PDF, DjVU); FoxitReader – свободнораспространяемоепрограммноеобеспечение (просмотрдокументов PDF, DjVU); Программное обеспечение «Антиплагиат.ВУЗ» (лицензионный договор от 19.03.2019 №1043, срок действия с 19.03.2019 по 18.03.2020; лицензионный договор от 13.04.2020 № 2221, срок действия 1 год); Программный комплекс «АСТ-Тест Plus» (договор от 25.09.2019 № Л-103/19, срок действия с 01.10.2019 по 30.09.2022); База данных нормативно-правовых актов информационно-образовательной программы «Росметод» (договор от 02.07.2019 № 405, срок действия с 17.07.2019 по 16.07.2020; договор от 20.07.2020 № 1312, срок действия с 20.07.2020 по 20.07.2021); Базы данных по сельскому хозяйству, биологии, экономике, охране окружающей среды, домоводству (включая ремесла и промыслы, народную медицину, кулинарные рецепты) «АГРОС» - www.cnshb.ru/cataloga.shtm (Договор от 25.03.2020 № 12-УТ/2020 на предоставление доступа к электронным информационным ресурсам ФГБНУ ЦНСХБ через терминал удаленного доступа); Справочно-правовая система КонсультантПлюс (договор от 26.02.2019 № 9662/13900/ЭС, срок действия с 01.01.2019 по 31.12.2019, договор от 25.02.2020 № 10152/13900/ЭС, срок действия с 01.01.2020 по 31.12.2020); Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (договор от 01.07.2019 № 194-02/2019, срок действия с 01.07.2019 по 31.12.2019, договор от 06.02.2020 № 194-01/2020, срок действия с 01.01.2020 по 31.12.2020).	
--	---	--

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Особенности PRдеятельности в сфере туризма» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утвержденного приказом Минобрнауки России от 8 июня 2017 г. № 516

Авторы:

кандидат сельскохозяйственных наук, доцент кафедры биологии, химии, безопасности жизнедеятельности и методик их преподавания Чмир Р.А.

кандидат сельскохозяйственных наук, доцент кафедры биологии, химии, безопасности жизнедеятельности и методик их преподавания Золотова О.М.

старший преподаватель кафедры биологии, химии, безопасности жизнедеятельности и методик их преподавания Шелковникова Н.В.

Рецензент: доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин, кандидат педагогических наук И.В. Сидорова

Программа рассмотрена на заседании кафедры биологии и химии
протокол № 08 от «10» апреля 2023 года.

Программа одобрена на заседании учебно-методической комиссии Социально-педагогического института

протокол № 08 от «17» апреля 2023 года.

Программа утверждена решением учебно-методического совета университета
протокол № 08 от «20» апреля 2023 года.

Программа рассмотрена на заседании кафедры биологии и химии
протокол № 09 от «06» мая 2024 года.

Программа одобрена на заседании учебно-методической комиссии Социально-педагогического института

протокол № 09 от «13» мая 2024 года.

Программа утверждена решением учебно-методического совета университета
протокол № 09 от «23» мая 2024 года.

Программа рассмотрена на заседании кафедры биологии и химии
протокол № 08 от «02» апреля 2025 года.

Программа одобрена на заседании учебно-методической комиссии Социально-педагогического института

протокол № 08 от «8» апреля 2025 года.

Программа утверждена решением учебно-методического совета университета
протокол № 08 от «23» апреля 2025 года.

Программа рассмотрена на заседании кафедры биологии, химии, безопасности жизнедеятельности и методик их преподавания
протокол № 08 от «03» *апреля 2026 года*.

Программа одобрена на заседании учебно-методической комиссии Социально-педагогического института
протокол № 08 от «13» *апреля 2026 года*.

Программа утверждена решением учебно-методического совета университета
протокол № 07 от «22» *апреля 2026 года*.

Оригинал документа хранится на кафедре биологии, химии, безопасности жизнедеятельности и методик их преподавания