



## Содержание

	Стр.
1. Цели освоения дисциплины	3
2. Место дисциплины в структуре ОПОП	3
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине	3
4. Объем дисциплины и виды учебной работы	3
5. Содержание и структура дисциплины	4
5.1. Содержание дисциплины	4
5.2. Структура дисциплины	5
5.3. Занятия семинарского типа	6
5.4. Курсовой проект (курсовая работа, реферат, контрольная работа)	7
5.5. Самостоятельная работа	7
6. Образовательные технологии	7
7. Фонд оценочных средств (оценочные материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	7
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	7
8.1. Основная литература	7
8.2. Дополнительная литература	8
8.3. Программное обеспечение	8
8.4. Профессиональные базы данных	8
8.5. Информационные справочные системы	8
8.6. Интернет-ресурсы	8
8.7. Методические указания по освоению дисциплины	8
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины	13
10. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья	15
Приложение к рабочей программе дисциплины	

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения учебной дисциплины «Реклама в Туризме» является формирование у студентов компетенций в сфере технологий рекламы и связей с общественностью как инструментов продвижения услуг в туризме.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Реклама в туризме» относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, - элективные дисциплины (модули) блока 1 - «Дисциплины(модули)» (Б.1.ДВ.4) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Экономика рекламных и PR-агентств	Организация и практика работы рекламного агентства
Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
Психология рекламы	Брендинг и имиджевые стратегии в рекламе и PR
	Информационные технологии проектирования WEB-сайтов

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.2. Выбирает оптимальный способ решения поставленных задач с учетом имеющихся ресурсов, ограничений и действующих правовых норм	<b>Знать</b> способы решения типичных задач и критерии их оценки <b>Уметь</b> проектировать решение конкретной задачи, выбирая оптимальный способ, исходя из действующих правовых норм, оценки имеющихся ресурсов с учётом ограничений <b>Владеть</b> навыками решения типичных задач оптимальными способами
ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами	ПК-2.2. Управляет информацией из различных источников	<b>Знать</b> специфику работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами <b>Уметь</b> работать с большими объемами информации <b>Владеть</b> навыками осуществления общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации

## 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общий объем дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часа.

### ОФО

Вид учебной работы	Всего часов	Триместр
		8
<b>Контактная работа (всего)</b>	<b>52,5</b>	<b>52,5</b>
в том числе:	-	-
1) занятия лекционного типа (ЛК)	<b>20</b>	<b>20</b>
из них	-	-
- лекции	20	20
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	<b>30</b>	<b>30</b>
из них	-	-
- семинары (С)	-	-
- практические занятия (ПР)	30	30
- лабораторные работы (ЛР)	-	-
3) групповые консультации	2	2
4) индивидуальная работа	-	-
5) промежуточная аттестация	0,5	0,5
<b>Самостоятельная работа (всего) (СР)</b>	<b>91,5</b>	<b>91,5</b>

в том числе:	-	-
Курсовой проект (работа)	-	-
Расчетно-графические работы	-	-
Контрольная работа	-	-
Реферат	-	-
Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	65	65
Подготовка к аттестации	26,5	26,5
<b>Общий объем, час</b>	<b>144</b>	<b>144</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Экзамен</b>	<b>Экзамен</b>

### ЗФО

Вид учебной работы	Всего часов	Триместр
		9
<b>Контактная работа (всего)</b>	<b>14,5</b>	<b>14,5</b>
в том числе:	-	-
1) занятия лекционного типа (ЛК)	4	4
из них	-	-
- лекции	4	4
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	10	10
из них	-	-
- семинары (С)	-	-
- практические занятия (ПР)	10	10
- лабораторные работы (ЛР)	-	-
3) групповые консультации	-	-
4) индивидуальная работа	-	-
5) промежуточная аттестация	0,5	0,5
<b>Самостоятельная работа (всего) (СР)</b>	<b>129,5</b>	<b>129,5</b>
в том числе:	-	-
Курсовой проект (работа)	-	-
Расчетно-графические работы	-	-
Контрольная работа	-	-
Реферат	-	-
Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	121	121
Подготовка к аттестации	8,5	8,5
<b>Общий объем, час</b>	<b>144</b>	<b>144</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Экзамен</b>	<b>Экзамен</b>

## 5. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1. Содержание

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)
1	Реклама и связи с общественностью в структуре маркетинговых коммуникаций	Процесс и комплекс маркетинговых коммуникаций. Понятие и роль продвижения в маркетинге. Понятие, процесс и функции коммуникации. Процесс разработки коммуникационной стратегии. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Понятие и сущность интегрированных маркетинговых коммуникаций. Варианты интеграции инструментов маркетинговых коммуникаций. Реклама как инструмент продвижения услуг предприятия социально-культурного сервиса. Понятие рекламы, ее виды. Паблик рилейшнз (связи с общественностью) как инструмент продвижения услуг предприятия социально-культурного сервиса. Понятие связей с общественностью. Возникновение и развитие связей с общественностью как вида профессиональной деятельности.

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)
		Специфика их работы. Понятие общественности. Принципы связей с общественностью. Функции и методы связей с общественностью
2	Правовое регулирование рекламной деятельности	Роль Федерального закона «О рекламе». Требования к рекламной деятельности. Юридическая ответственность рекламы. Работа с большим объемом информации.
3	Средства распространения рекламы. Основные принципы и особенности рекламной деятельности в социокультурном сервисе.	Цели, задачи и функции рекламы. Достоинства и недостатки рекламы как формы коммуникации. Модель AIDA и законы Политца. Классификация рекламы. Средства распространения рекламы: рекламные обращения в прессе, рекламно-коммерческая литература, телереклама, радиореклама, наружная реклама, indoor-реклама, реклама на транспортных средствах, прямая почтовая реклама, мультимедийная презентация проекта, интернет-реклама. Специфика работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами Особенности рекламы в различных сферах сервиса. Распространение коммуникационного продукта, взаимодействие с социальными группами, организациями и персонами (лицами).
4	Организация и планирование рекламной кампании на предприятиях социально-культурного сервиса	Основные цели рекламной кампании для предприятий социокультурного сервиса. Этапы планирования рекламной кампании. Разработка рекламного бюджета. Медиапланирование. Оценка эффективности рекламной деятельности. Способы решения типичных задач и критерии их оценки Способы распространения коммуникационного продукта путем осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации.
5	Основы разработки рекламных сообщений	Рекламное обращение – основной инструмент достижения целей рекламы. Основные этапы создания сообщений. Тема и девиз рекламы. Структура рекламного обращения. Форма рекламного обращения. Цвет и иллюстрации в рекламном обращении. Стиль рекламного обращения
6	Корпоративный имидж, брендинг и фирменный стиль	Формирование корпоративного имиджа. Понятие имиджа. Составляющие корпоративного имиджа. Технология формирования корпоративного имиджа. Брендинг в системе корпоративных коммуникаций. Понятие бренда, виды бренда. Технологии брендинга. Антибрендинг. Фирменный стиль организации. Понятие и составляющие фирменного стиля. Минимальный пакет фирменного стиля. Расширение фирменного стиля в ширину и длину.
7	Технологии связей с общественностью	Роль связей с общественностью в формировании общественного мнения. Уметь работать с большими объемами информации. .Основные виды PR-мероприятий и каналы выхода на различные аудитории. Стратегия и тактика использования СМИ и других видов массовой коммуникации в связях с общественностью. Разработка коммуникационных и информационных кампаний в связях с общественностью. PR-инструментарий

## 5.2. Структура дисциплины ОФО

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов					СР
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР	
1	Реклама и связи с общественностью в структуре маркетинговых коммуникаций	24	2	-	4	-	9
2	Правовое регулирование рекламной деятельности	28	4	-	4	-	9
3	Средства распространения рекламы. Основные принципы и особенности рекламной деятельности в социокультурном сервисе.	28	2	-	6	-	9

4	Организация и планирование рекламной кампании на предприятиях социально-культурного сервиса	28	4	-	4	-	11
5	Основы разработки рекламных сообщений	26	2	-	4	-	9
6	Корпоративный имидж, брендинг и фирменный стиль	28	4	-	4	-	9
7	Технологии связей с общественностью	25	2	-	4	-	9
	Консультация	2	-	-	-	-	-
	<b>Аттестация - экзамен</b>	<b>27</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
	<b>Общий объем</b>	<b>144</b>	<b>20</b>	<b>-</b>	<b>30</b>	<b>-</b>	<b>65</b>

### ЗФО

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов					СР
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР	
1	Реклама и связи с общественностью в структуре маркетинговых коммуникаций	30	2	-	-	-	17
2	Правовое регулирование рекламной деятельности	30	-	-	2	-	17
3	Средства распространения рекламы. Основные принципы и особенности рекламной деятельности в социокультурном сервисе.	30	2	-	-	-	17
4	Организация и планирование рекламной кампании на предприятиях социально-культурного сервиса	30	-	-	2	-	19
5	Основы разработки рекламных сообщений	30	-	-	2	-	17
6	Корпоративный имидж, брендинг и фирменный стиль	29	-	-	2	-	17
7	Технологии связей с общественностью	28	-	-	2	-	17
	Консультация	-	-	-	-	-	-
	<b>Аттестация - экзамен</b>	<b>9</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
	<b>Общий объем</b>	<b>144</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>10</b>	<b>-</b>	<b>121</b>

### 5.3. Занятия семинарского типа

#### ОФО

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Количество часов
1	1	ПР	Реклама и связи с общественностью в структуре маркетинговых коммуникаций	4
2	2	ПР	Правовое регулирование рекламной деятельности	4
3	3	ПР	Средства распространения рекламы. Основные принципы и особенности рекламной деятельности в социокультурном сервисе.	6
4	4	ПР	Организация и планирование рекламной кампании на предприятиях социально-культурного сервиса	4
5	5	ПР	Основы разработки рекламных сообщений	4
6	6	ПР	Корпоративный имидж, брендинг и фирменный стиль	4
7	7	ПР	Технологии связей с общественностью	4
			<b>Общий объем</b>	<b>30</b>

#### ЗФО

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Количество часов
1	1	ПР	Реклама и связи с общественностью в структуре маркетинговых коммуникаций	-
2	2	ПР	Правовое регулирование рекламной деятельности	2
3	3	ПР	Средства распространения рекламы. Основные принципы и особенности рекламной деятельности в социокультурном сервисе.	-

4	4	ПР	Организация и планирование рекламной кампании на предприятиях социально-культурного сервиса	2
5	5	ПР	Основы разработки рекламных сообщений	2
6	6	ПР	Корпоративный имидж, брендинг и фирменный стиль	2
7	7	ПР	Технологии связей с общественностью	2
			Общий объем	10

**5.4. Курсовой проект** (курсовая работа, расчетно-графическая работа, реферат, контрольная работа) не предусмотрен

#### 5.5. Самостоятельная работа

№ раздела (темы)	Виды самостоятельной работы	Количество часов ОФО	Количество часов ЗФО
1-4	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка к устному опросу Подготовка к тестированию	65	121
1-4	Подготовка к аттестации	26,5	8,5

### 6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

**Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

При чтении лекций по всем темам активно используется компьютерная техника для демонстрации слайдов с помощью программного приложения MicrosoftPowerPoint. На семинарских и практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные ими с помощью программного приложения MicrosoftPowerPoint в часы самостоятельной работы.

*Информационные технологии:*

- сбор, хранение, систематизация и выдача учебной и научной информации;
- обработка текстовой и эмпирической информации;
- подготовка, конструирование и презентация итогов исследовательской и аналитической деятельности;
- самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных.

**Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях**

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, С, ЛР)	Используемые интерактивные и активные образовательные технологии	Количество часов ОФО	Количество часов ЗФО
3	ПР	Практические задания	2	-
4	ПР	Практические задания	2	2

#### Практическая подготовка обучающихся

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, ЛР)	Виды работ	Количество часов ОФО	Количество часов ЗФО
-	-	-	-	-

### 7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Фонд оценочных средств (оценочные материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по дисциплине приводятся в приложении.

### 8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 8.1. Основная литература

1. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496326>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. 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, 2022. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493153>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью: учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14843-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488737>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

## 8.2. Дополнительная литература

1. Веселова, Н. Ю. Организация туристской деятельности: учебное пособие для бакалавров / Н. Ю. Веселова. — 3-е изд. — Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 255 с. — ISBN 978-5-394-04358-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/102275.html>

2. Колышкина, Т. Б. Реклама в местах продаж: учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12663-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494889>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

## 8.3. Программное обеспечение

Microsoft Windows, Яндекс 360, Google Chrome, Яндекс.Браузер.

## 8.4. Профессиональные базы данных

База данных рекламы и PR - <http://www.adbusiness.ru/>

Directory of Open Access Journals (DOAJ) - <https://doaj.org/>

## 8.5. Информационные справочные системы

1С: Библиотека - <https://www.sksi.ru/environment/eor/library/>

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» - <http://www.consultant.ru/>

*Поисковые системы*

Поисковая система Яндекс - <https://www.yandex.ru/>

Поисковая система Rambler - <https://www.rambler.ru/>

## 8.6. Интернет-ресурсы

Бесплатная электронная библиотека онлайн «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - <http://www.window.edu.ru>

Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов - <http://school-collection.edu.ru/>

Научная электронная библиотека - <http://www.elibrary.ru/>

Научная электронная библиотека «Киберленинка» - <http://cyberleninka.ru/>

Национальная Электронная Библиотека (НЭБ) - <https://нэб.рф>

Онлайн-курсы ведущих вузов страны для студентов - [https://www.minobrnauki.gov.ru/common/upload/library/2020/03/Spisok\\_onlayn-kursov.pdf](https://www.minobrnauki.gov.ru/common/upload/library/2020/03/Spisok_onlayn-kursov.pdf)

Открытый лекторий ученых МГУ - <https://teach-in.ru/>

Открытый образовательный видеопортал UniverTV.ru - <http://univertv.ru/>

Просветительский проект Лекториум - <https://www.lektorium.tv/>

Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов - <http://fcior.edu.ru/>

Электронная библиотечная система «СКСИ» - <https://www.sksi.ru/environment/ebs/1363/>

Электронно-библиотечная система «IPRBooks» - <http://www.iprbookshop.ru/>

Электронно-библиотечная система «ЮРАЙТ» - <https://urait.ru/>

## 8.7. Методические указания по освоению дисциплины

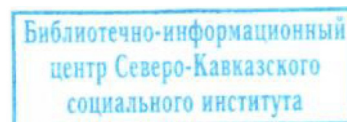
Материалы учебно-методического обеспечения самостоятельной работы приведены в методических указаниях к самостоятельной работе студентов.

Система знаний по дисциплине формируется в ходе аудиторных и внеаудиторных (самостоятельных) занятий. Используя лекционный материал, учебники или учебные пособия, дополнительную литературу, проявляя творческий подход, студент готовится к практическим занятиям, рассматривая их как пополнение, углубление, систематизацию своих теоретических знаний. Спецификой заочной формы обучения является преобладающее количество часов самостоятельной работы по сравнению с аудиторными занятиями. Ряд тем учебного курса полностью переносится на самостоятельное изучение.

Студент должен прийти в высшую школу с полным пониманием того, что самостоятельное овладение знаниями является главным, определяющим. Высшая школа лишь создает для этого необходимые условия.

Самостоятельная работа студента начинается с внимательного ознакомления им с программой учебного курса. Изучение каждой темы следует начинать с внимательного ознакомления с набором вопросов. Они ориентируют студента, показывают, что он должен знать по данной теме. Вопросы темы как бы накладываются на соответствующую главу избранного учебника или учебного пособия. В итоге должно быть ясным, какие вопросы темы программы учебного курса и с какой глубиной раскрыты в данном учебном материале, а какие вообще опущены.

Любой научный предмет, также как и данная дисциплина, имеет свой категориально-понятийный аппарат. Научные понятия - это та база, на которой «стоит» каждая наука. Понятия - узловые, опорные пункты как научного, так и учебного познания, логические ступени движения в учебе от простого к сложному, от явления к сущности. Без ясного понимания понятий учеба крайне затрудняется, а содержание приобретенных знаний становится тусклым, расплывчатым, напоминая недостроенное здание или еще того хуже: здание без фундамента. Понятие в узком





понимании – это определение (дефиниция) того или иного факта, явления, предмета. Такие определения составляют категориально-понятийный аппарат. Они, как правило, кратки по содержанию, схватывают суть дела.

Понятия в широком смысле есть обобщенная концептуальная характеристика определенного явления. Когда в заголовок темы вносится слово «понятие», то это первый признак того, что в данном случае речь идет не о дефиниции (определении), а о сжатой, обобщенной концептуальной характеристике изучаемого явления.

Нелишне иметь в виду и то, что каждый учебник или учебное пособие имеет свою логику построения, которая, естественно, не совпадает с логикой данной Программы учебного курса. Одни авторы более широко, а другие более узко рассматривают ту или иную проблему. Одни выделяют ее в отдельную главу, а другие, включают в состав главы. Учебник или учебное пособие целесообразно изучать последовательно, главу за главой, как это сделано в них. При этом, обращаясь к Программе учебного курса, следует постоянно отмечать, какие ее вопросы (пусть в иной логической последовательности) рассмотрены в данной главе учебника, учебного пособия, а какие опущены. По завершении работы над учебником у Вас должна быть ясность в том, какие темы, вопросы Программы учебного курса Вы уже изучили, а какие предстоит изучить по другим источникам.

### **Методические указания по ведению конспектов лекций и работе с ними**

Конспект- это краткое последовательное изложение содержания статьи, книги, лекции. Его основу составляют план тезисы, выписки, цитаты. Конспект, в отличие от тезисов воспроизводит не только мысли оригинала, но и связь между ними. В конспекте отражается не только то, о чем говорится в работе, но и что утверждается, и как доказывается.

Конспектирование лекции – важный шаг в запоминании материала, поэтому конспект лекций необходимо иметь каждому студенту. Задача студента на лекции – одновременно слушать преподавателя, анализировать и конспектировать информацию. При этом как свидетельствует практика, не нужно стремиться вести дословную запись. Таким образом, лекцию преподавателя можно конспектировать, при этом важно не только внимательно слушать лектора, но и выделять наиболее важную информацию и сокращенно записывать ее. При этом одно и то же содержание фиксируется в сознании четыре раза: во-первых, при самом слушании; во-вторых, когда выделяется главная мысль; в-третьих, когда подыскивается обобщающая фраза, и, наконец, при записи. Материал запоминается более полно, точно и прочно.

Хороший конспект – залог четких ответов на занятиях, хорошего выполнения устных опросов, самостоятельных и контрольных работ. Значимость конспектирования на лекционных занятиях несомненна. Проверено, что составление эффективного конспекта лекций может сократить в четыре раза время, необходимое для полного восстановления нужной информации. Для экономии времени, перед каждой лекцией необходимо внимательно прочитать материал предыдущей лекции, внести исправления, выделить важные аспекты изучаемого материала

Конспект помогает не только лучше усваивать материал на лекции, он оказывается незаменим при подготовке экзамену. Следовательно, студенту в дальнейшем важно уметь оформить конспект так, чтобы важные моменты культурологической идеи были выделены графически, а главную информацию следует выделять в самостоятельные абзацы, фиксируя ее более крупными буквами или цветными маркерами. Конспект должен иметь поля для заметок. Это могут быть библиографические ссылки и, наконец, собственные комментарии.

Проработка лекционного курса является одной из важных активных форм самостоятельной работы. Лекция преподавателя представляет плод его индивидуального творчества. Он читает свой авторский курс со своей логикой и со своими теоретическими и методическими подходами. Это делает лекционный курс конкретного преподавателя интересным индивидуально-личностным событием. Кроме того, в своих лекциях преподаватель стремится преодолеть многие недостатки, присущие опубликованным учебникам, учебным пособиям, лекционным курсам. В лекциях находят освещение сложные вопросы Федерального образовательного стандарта, которые вызывают затруднения у студентов.

Сетка часов, отведенная для лекционного курса, не позволяет реализовать в лекциях всей учебной программы. Исходя из этого, каждый лектор создает свою тематику лекций, которую в устной или письменной форме представляет студентам при первой встрече. В создании своего авторского лекционного курса преподаватель руководствуется двумя документами – Федеральным государственным образовательным стандартом и Учебной программой. Кафедра не допускает стандартизации лекционных курсов. Именно поэтому в учебно-методическом пособии отсутствует подробный план лекционного курса, а дана лишь его тематика, носящая для лекторов рекомендательный характер.

Алгоритм составления конспекта:

Определите цель составления конспекта.

Читая изучаемый материал, подразделяйте его на основные смысловые части, выделяйте главные мысли, выводы.

Если составляется план-конспект, сформулируйте его пункты и определите, что именно следует включить в план-конспект для раскрытия каждого из них.

Наиболее существенные положения изучаемого материала (тезисы) последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат.

В конспект включаются не только основные положения, но и обосновывающие их выводы, конкретные факты и примеры (без подробного описания).

Составляя конспект, можно отдельные слова и целые предложения писать сокращенно, выписывать только ключевые слова, вместо цитирования делать лишь ссылки на страницы конспектируемой работы, применять условные обозначения.

Чтобы форма конспекта как можно более наглядно отражала его содержание, располагайте абзацы "ступеньками" подобно пунктам и подпунктам плана, применяйте разнообразные способы подчеркивания, используйте карандаши и ручки разного цвета.

Используйте реферативный способ изложения (например: "Автор считает...", "раскрывает...").

Собственные комментарии, вопросы, раздумья располагайте на полях.

### **Методические указания по подготовке к практическим занятиям**

Целью практических занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков.

В ходе подготовки к практическому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем практические задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы. Желательно при подготовке к практическим занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

Работа над литературой, состоит из трёх этапов – чтения работы, её конспектирования, заключительного обобщения сути изучаемой работы. Прежде, чем браться за конспектирование, скажем, статьи, следует её хотя бы однажды прочитать, чтобы составить о ней предварительное мнение, постараться выделить основную мысль или несколько базовых точек, опираясь на которые можно будет в дальнейшем работать с текстом. Конспектирование – дело очень тонкое и трудоёмкое, в общем виде может быть определено как фиксация основных положений и отличительных черт рассматриваемого труда вкупе с творческой переработкой идей, в нём содержащихся. Конспектирование – один из эффективных способов усвоения письменного текста. Достоинством заключительного обобщения как самостоятельного этапа работы с текстом является то, что здесь читатель, будучи автором обобщений, отделяет себя от статьи, что является гарантией независимости читателя от текста.

### **Методические указания по выполнению практических заданий**

1. Ответы на вопросы проблемного характера

В процессе выполнения практических заданий, которые предполагают подготовку ответа на вопрос проблемного характера, мотивирующего студента к размышлению по поводу определенной проблемы или содержат требование прокомментировать высказывание того или иного мыслителя, следует придерживаться следующего алгоритма работы:

- 1) Необходимо определить ключевую проблему, содержащуюся в вопросе, и сформулировать ее суть;
- 2) Раскрыть свое понимание (интерпретацию высказанной идеи);
- 3) Обосновать и аргументировать собственную точку зрения по данному вопросу.

Выполнение подобных дидактических задач, содержащих определенную проблемную ситуацию, требующую непосредственного разрешения, активизирует процесс мышления, побуждая к аналитической деятельности, к мобилизации знаний, умения размышлять. Вхождение в процесс поиска решения придает вновь приобретаемому знанию личностный смысл и значение, способствует переводу из мировоззренческого плана восприятия в сферу формирования внутренних убеждений и активизации принципа деятельностного отношения к действительности.

2. Выполнение задания в форме аргументированного эссе

Практическое задание, в котором предлагается представить ответ на поставленный вопрос в форме эссе, используется для обучения студентов умению письменного аргументирования своих суждений и доводов по определенной проблеме. Это способствует развитию определенных навыков: критического мышления, логического структурирования и последовательного изложения аргументирующего материала; упорядоченности организации мыслительной деятельности; ясности самовыражения и т.д.

Работа по написанию эссе является вполне традиционным видом учебных заданий. Эссе (фр. *essai* – попытка, очерк) представляет собой особенный жанр философской, литературно-критической, историко-биографической прозы. Особенность состоит в том, что это небольшое по объему прозаическое произведение (5-7 страниц) выполняется в свободной композиции и предполагает выражение индивидуального впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендующие на определенную или исчерпывающую трактовку предмета.

Задача состоит в том, чтобы раскрыть проблему (вопрос) в сугубо личностном ключе, найти точки соприкосновения с собственным жизненным и духовным опытом, отразить глубину собственную переживаний и размышлений, по поводу различных философско-мировоззренческих проблем, лежащих в основе жизненного мира личности, например, добра и зла, смысла жизни, свободы и ответственности, счастья, свободы и т. п. Эссеистический стиль допускает образность, афористичность, лиричность, эмоциональность в изложении собственных взглядов на проблему с обязательным соблюдением требования их письменной аргументации.

Алгоритм выполнения задания:

- 1) В поставленном вопросе определить ключевую проблему;
- 2) Проработать идею, выражающее собственное отношение к проблеме и поддержать ее доказательством из соответствующих источников. Для аргументации необходимы ссылки точки зрения, цитаты других авторов, которые призваны усилить выдвинутые студентом аргументы.

3) Процесс выработки четкого и убедительного аргумента, подкрепленного логическим и последовательным интегрированием собранных материалов.

Структура аргументированного эссе включает в себя определенные составляющие:

а) Введение.

Во введении эссе сначала формулируется вводное утверждение (это особое, привлекающее внимание высказывание или вопрос, цитата или другие фактический материал, способное захватить, привлечь к себе внимание читателя) и далее приводится тезисное утверждение, которое способно выступить в роли некой направляющей последующего хода рассуждений, требующих аргументации.

б) Презентация довода предполагает определенное преподнесение доводов и последовательное предоставление доказательств ранее заявленных положений.

в) Ожидание возражений. Для усиления аргументации следует рассмотреть и ожидаемые возражения, применяя практику противоречия, тем самым совершенствуя критическое мышление, моделируя ситуации дискуссии, принимая во внимание, что другие точки зрения по данному вопросу не только существуют, но и имеют определенное обоснование. Следует указать на слабые или противоречивые, неоднозначные места в приводимых точках зрения в качестве противоположных по отношению к собственной позиции.

г) Вывод должен включать синтез аргументации, повторное формулирование тезиса и заключительное утверждение.

### **Методические указания по организации самостоятельной работы студента**

Для индивидуализации образовательного процесса самостоятельную работу (СР) можно разделить на базовую и дополнительную.

Базовая СР обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям и контрольным мероприятиям для всех дисциплин учебного плана. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента на занятиях и в качестве выполненных контрольных работ, тестовых заданий, сделанных докладов и других форм текущего контроля. Базовая СР может включать следующие формы работ: изучение лекционного материала, предусматривающие проработку конспекта лекций и учебной литературы; поиск (подбор) и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса; выполнение домашнего задания или домашней контрольной работы, выдаваемых на практических занятиях; изучение материала, вынесенного на самостоятельное изучение; подготовка к практическим занятиям; подготовка к контрольной работе или коллоквиуму; подготовка к экзамену, аттестациям; написание реферата (эссе) по заданной проблеме.

Дополнительная СР направлена на углубление и закрепление знаний студента, развитие аналитических навыков по проблематике учебной дисциплины. К ней относятся: подготовка к экзамену; выполнение курсовой работы или проекта; исследовательская работа и участие в научных студенческих конференциях, семинарах и олимпиадах; анализ научной публикации по заранее определенной преподавателем теме; анализ статистических и фактических материалов по заданной теме, проведение расчетов, составление схем и моделей на основе статистических материалов и др.

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы: аудиторная и внеаудиторная. Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданиям. Основными формами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются: текущие консультации; коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин; прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий); выполнение курсовых работ (проектов) в рамках дисциплин (руководство, консультирование и защита курсовых работ (в часы, предусмотренные учебным планом); прохождение и оформление результатов практик (руководство и оценка уровня сформированности профессиональных умений и навыков); выполнение выпускной квалификационной работы (руководство, консультирование и защита выпускных квалификационных работ) и др.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. Основными формами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются: формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.); написание рефератов, эссе; подготовка к практическим занятиям (подготовка сообщений, докладов, заданий); составление аннотированного списка статей из соответствующих журналов по отраслям знаний (педагогических, психологических, методических и др.); углубленный анализ научно-методической литературы (подготовка рецензий, аннотаций на статью, пособие и др.); выполнение заданий по сбору материала во время практики; овладение студентами конкретных учебных модулей, вынесенных на самостоятельное изучение; подбор материала, который может быть использован для написания рефератов, курсовых и квалификационных работ; подготовка презентаций; составление глоссария, кроссворда по конкретной теме; подготовка к занятиям, проводимым с использованием активных форм обучения (круглые столы, диспуты, деловые игры); анализ деловых ситуаций (мини-кейсов). Границы между этими видами работ относительны, а сами виды самостоятельной работы пересекаются.

### **Методические указания по подготовке к устному опросу**

Самостоятельная работа студентов включает подготовку к устному опросу на семинарских занятиях. Для этого студент изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к семинарским занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей учебной программе и доводятся до студентов заранее. Эффективность подготовки студентов к устному опросу зависит от качества ознакомления с рекомендованной литературой. Для подготовки к устному опросу, блиц-опросу студенту необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме семинара, в учебнике или другой рекомендованной литературе, записях с лекционного занятия, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения, составить тезисы выступления по отдельным проблемным аспектам. В среднем, подготовка к устному опросу по одному семинарскому занятию занимает от 2 до 4 часов в зависимости от сложности темы и особенностей организации студентом своей самостоятельной работы.

#### **Методические указания по подготовке к тестированию**

Как и любая другая форма подготовки к контролю знаний, тестирование имеет ряд особенностей, знание которых помогает успешно выполнить тест.

– Прежде всего, следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся. Это поможет настроиться на работу.

– Лучше начинать отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений, пока не останавливаясь на тех, которые могут вызвать долгие раздумья. Это позволит успокоиться и сосредоточиться на выполнении более трудных вопросов.

– Очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытаясь понять условия «по первым словам» или выполнив подобные задания в предыдущих тестированиях. Такая спешка нередко приводит к досадным ошибкам в самых легких вопросах.

– Если вы не знаете ответа на вопрос или не уверены в правильности, следует пропустить его и отметить, чтобы потом к нему вернуться.

– Лучше думать только о текущем задании. Как правило, задания в тестах не связаны друг с другом непосредственно, поэтому необходимо концентрироваться на данном вопросе и находить решения, подходящие именно к нему. Кроме того, выполнение этой рекомендации даст еще один психологический эффект – позволит забыть о неудаче в ответе на предыдущий вопрос, если таковая имела место.

– Многие задания можно быстрее решить, если не искать сразу правильный вариант ответа, а последовательно исключать те, которые явно не подходят. Метод исключения позволяет в итоге сконцентрировать внимание на одном-двух вероятных вариантах.

– Рассчитывать выполнение заданий нужно всегда так, чтобы осталось время на проверку и доработку (примерно 1/3-1/4 запланированного времени). Тогда вероятность ошибок сводится к нулю и имеется время, чтобы набрать максимум баллов на легких заданиях и сосредоточиться на решении более трудных, которые вначале пришлось пропустить.

– Процесс угадывания правильных ответов желательно свести к минимуму, так как это чревато тем, что студент забудет о главном: умении использовать имеющиеся накопленные в учебном процессе знания, и будет надеяться на удачу. Если уверенности в правильности ответа нет, но интуитивно появляется предпочтение, то психологи рекомендуют доверять интуиции, которая считается проявлением глубинных знаний и опыта, находящихся на уровне подсознания.

– При подготовке к тесту или даже экзамену не следует просто заучивать раздел учебника, необходимо понять логику изложенного материала. Этому немало способствует составление развернутого плана, таблиц, схем, внимательное изучение исторических карт. Большую помощь оказывают разнообразные опубликованные сборники тестов, Интернет-тренажеры, позволяющие, во-первых, закрепить знания, во-вторых, приобрести соответствующие психологические навыки саморегуляции и самоконтроля. Именно такие навыки не только повышают эффективность подготовки, позволяют более успешно вести себя во время экзамена, но и вообще способствуют развитию навыков мыслительной работы.

#### **Методические указания по подготовке к промежуточной аттестации**

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена.

Промежуточная аттестация по дисциплине в форме экзамена определяются на основании результатов текущего контроля успеваемости студента в течение периода обучения.

На промежуточной аттестации определяется качество и объем усвоенных студентами знаний, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения, а также умение работать с нормативными документами в рамках дисциплины. Она может проводиться в устной или письменной формах. Форму проведения определяет кафедра.

Подготовка к промежуточной аттестации – процесс индивидуальный. Тем не менее, существуют некоторые правила, знания которых могут быть полезны для всех. Залогом успешной сдачи промежуточной аттестации является систематическая работа над учебной дисциплиной в течение семестра. Подготовку желательно вести, исходя из требований программы учебной дисциплины.

Целесообразно пошаговое освоение материала, выполнение различных заданий по мере изучения соответствующих содержательных разделов дисциплины. Если, готовясь к промежуточной аттестации, вы испытываете затруднения, обращайтесь за советом к преподавателю, тем более что при систематической подготовке у вас есть такая возможность.

Готовясь к промежуточной аттестации, лучше всего сочетать повторение теоретических вопросов с выполнением практических заданий. Требования к знаниям студентов определены федеральным государственным образовательным стандартом и рабочей программой дисциплины.

Цель промежуточной аттестации — проверка и оценка уровня полученных студентом специальных познаний по учебной дисциплине и соответствующих им умений и навыков, а также умения логически мыслить, аргументировать избранную научную позицию, реагировать на дополнительные вопросы, ориентироваться в массиве информации, дефиниций и категорий права. Оценке подлежат правильность и грамотность речи студента, а также его достижения в течение триместра.

Дополнительной целью промежуточной аттестации является формирование у студентов таких качеств, как организованность, ответственность, трудолюбие, принципиальность, самостоятельность. Таким образом, проверяется сложившаяся у студента система знаний по дисциплине, что играет большую роль в подготовке будущего специалиста, способствует получению им фундаментальной и профессиональной подготовки.

При подготовке к промежуточной аттестации важно правильно и рационально распланировать свое время, чтобы успеть на качественно высоком уровне подготовиться к ответам по всем вопросам. Во время подготовки к студентам также систематизируют знания, которые они приобрели при изучении основных тем курса в течение триместра. Это позволяет им уяснить логическую структуру дисциплины, объединить отдельные темы в единую систему, увидеть перспективы ее развития.

Самостоятельная работа по подготовке к промежуточной аттестации во время сессии должна планироваться студентом, исходя из общего объема вопросов, вынесенных на зачет, так, чтобы за предоставленный для подготовки срок он смог равномерно распределить приблизительно равное количество вопросов для ежедневного изучения (повторения). Важно, чтобы один последний день (либо часть его) был выделен для дополнительного повторения всего объема вопросов в целом. Это позволяет студенту самостоятельно перепроверить усвоение материала.

## **9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

*Для реализации дисциплины требуется следующее материально-техническое обеспечение:*

- для проведения занятий лекционного типа – учебная аудитория, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, экран, проектор, ноутбук.
- для проведения занятий семинарского типа - учебная аудитория, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, экран, проектор, ноутбук.
- для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации - учебная аудитория, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, экран, проектор, ноутбук.
- для групповых консультаций - учебная аудитория, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, экран, проектор, ноутбук.
- для самостоятельной работы обучающихся - аудитория, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Организации.

## **10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ЛИЦАМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (тьютора), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины обеспечивается:

- 1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
  - присутствие тьютора, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
  - письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,
  - специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),
  - индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,
  - при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;
- 2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:
  - присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;
- 3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются тьютору;
  - по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

**Приложение к рабочей программе дисциплины  
«Реклама в туризме»**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО  
КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

**1. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ, ФОРМИРУЕМЫХ В ПРОЦЕССЕ  
ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Описание показателей оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля), и используемые оценочные средства приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели оценивания и оценочные средства для оценивания результатов обучения по дисциплине

Код и наименование формируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Показатели оценивания (результаты обучения)	Процедуры оценивания (оценочные средства)	
			текущий контроль успеваемости	промежуточная аттестация
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.2. Выбирает оптимальный способ решения поставленных задач с учетом имеющихся ресурсов, ограничений и действующих правовых норм	<b>Знает</b> способы решения типичных задач и критерии их оценки <b>Умеет</b> проектировать решение конкретной задачи, выбирая оптимальный способ, исходя из действующих правовых норм, оценки имеющихся ресурсов с учётом ограничений <b>Владет</b> навыками решения типичных задач оптимальными способами	Тестирование (вопрос №1-15) Устный опрос (вопрос 1-6)  Практические задания (тема №1-3)	Контрольные вопросы (вопрос №1-15)  Практические задания (задания 1-6)  Практические задания (задания 1-6)
ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами	ПК-2.2. Управляет информацией из различных источников	<b>Знает</b> специфику работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами <b>Умеет</b> работать с большими объемами информации <b>Владет</b> навыками осуществления общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации	Тестирование (вопрос №16-30)  Устный опрос (вопрос 7-11)  Типовые практические (тема №3-6)	Контрольные вопросы (вопрос №21-34)  Практические задания (задания 1-6)  Практические задания (задания 1-6)
Знания, умения, навыки УК-2, ПК-2				Экзамен

**2. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ**

**2.1. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания в рамках текущего контроля успеваемости**

С целью определения уровня овладения компетенциями, закрепленными за дисциплиной, в заданные преподавателем сроки проводится текущий и промежуточный контроль знаний, умений и навыков каждого обучающегося.

Постоянный текущий контроль (после изучения каждой темы) позволяет обучающемуся систематизировать знания в разрезе отдельных тем дисциплины.

Все виды текущего контроля осуществляются на практических занятиях.

**Методическое описание подготовки и проведения тестирования**

Не менее, чем за неделю до тестирования, преподаватель определяет обучающимся исходные данные для подготовки к тестированию: разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме, литературу и источники (с точным указанием разделов, тем, статей) для подготовки.

Тесты выполняются во время аудиторных занятий (практических).

Количество вопросов в тестовом задании определяется преподавателем.

На выполнение тестов отводится 0,5-1 академический час.

Индивидуальное тестовое задание выдается обучающемуся на бумажном носителе. Также тестирование может проводиться с использованием компьютерных средств и программ в специально оборудованных помещениях.

При прохождении тестирования пользоваться конспектами лекций, учебниками не разрешено.

Примеры тестовых заданий, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

#### **Методическое описание подготовки и проведения устного опроса**

Устные опросы проводятся преподавателем во время аудиторных занятий (лекционных или практических).

Основные вопросы для устного опроса доводятся до сведения студентов на предыдущем занятии.

Количество вопросов определяется преподавателем.

Время проведения опроса от 10 минут до 1 академического часа.

Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала на ассоциациях.

Перечень вопросов для проведения устных опросов, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

#### **Методическое описание подготовки и проведения практических заданий**

Преподаватель заранее подготавливает весь информационный комплекс, готовит бланки с практическими заданиями. Время решения практических заданий указано в самом бланке. Студенты самостоятельно изучают и прорабатывают теоретический и справочный материал по теме. Практические задания на усмотрение преподавателя могут быть предложены для решения как индивидуально, так и подгруппе студентов (до 3 человек).

Содержание практических заданий, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

## **2.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания в рамках промежуточной аттестации**

Экзамен – это форма промежуточной аттестации по дисциплине, задачей которой является комплексная оценка уровней достижения планируемых результатов обучения по дисциплине.

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: собеседование преподавателя со студентами по вопросу экзаменационного билета и результатов решения практических заданий.

Билет к экзамену содержит 2 вопроса из перечня вопросов, а также практическое задание, приведенные в п. 3.5.

Вопросы к экзамену и варианты практических заданий доводятся до сведения студентов заранее.

При подготовке к ответу пользование учебниками, учебно-методическими пособиями, средствами связи и электронными ресурсами на любых носителях запрещено.

Время на подготовку ответа – до 30 минут.

По истечении времени подготовки ответа, студент отвечает на вопросы экзаменационного билета. На ответ студента по каждому вопросу билета отводится, как правило, 3-5 минут.

После ответа студента преподаватель может задать дополнительные (уточняющие) вопросы или решение практико-ориентированных заданий в пределах предметной области экзаменационного задания.

После окончания ответа преподаватель объявляет обучающемуся оценку по результатам экзамена, а также вносит эту оценку в экзаменационную ведомость, зачетную книжку.

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося определяется оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

## **3. Типовые контрольные задания**

### **Типовые задания для текущего контроля успеваемости**

#### **3.1 Перечень типовых тестовых заданий**

1. Информационная функция рекламы:

- а) распространение в массовом масштабе информации о товаре или услуге, их характере, месте продажи и т.п.;
- б) стимулирование сбыта товаров и услуг, а также вложения инвестиций;
- в) формирование общественного сознания, усиление коммуникативных связей в обществе и улучшение условий жизни.

2. Протореклама - это:



- а) устная информация, содержащая элементы стимулирования, убеждения людей в целесообразности определенных действий;
- б) транспарант или планшет треугольной либо прямоугольной формы, который вывешивали в местах продажи;
- в) широко используемая в рекламе художественная практика, применяющая линию и штрих, а также пятно, светотень, белый или черный фон листа.
3. Глашатай - это:
- а) мелкий купец и ремесленник, политик или служитель религиозного культа;
- б) организатор зрелищ и представлений;
- в) специально нанятый торговцем человек, в чьи обязанности входило нахваливать товар и зазывать покупателей.
4. Вывеска - это:
- а) основной элемент фирменного стиля компании;
- б) один из главных элементов витринной рекламы и фирменного стиля, выполняющий также роль указателя для посетителей организации;
- в) блестящая, радужная голографическая этикетка с трехмерным изображением.
5. Кто является инициатором рекламного процесса?
- а) рекламодатель;
- б) рекламопроизводитель;
- в) потребитель;
- г) рекламодатель.
6. Кто является адресатом рекламного воздействия?
- а) рекламопроизводитель;
- б) рекламодатель;
- в) потребитель.
7. Рекламные агентства - это:
- а) профессиональные организации, специализирующиеся на проведении рекламных исследований, разработке планов рекламной деятельности и проведении отдельных кампаний, разработке и подготовке рекламных материалов и т.д.;
- б) союзы творческих деятелей, специализирующихся на создании гениальной рекламной идеи;
- в) группа специалистов, занимающихся снабжением рекламного текста фотографиями, рисунками, символическими элементами, схемами, диаграммами и другими иллюстрациями.
8. К рекламным агентствам по оказанию полного цикла услуг относятся:
- а) достаточно крупные фирмы, которые оказывают спектр рекламных услуг от разработки идеи до ее воплощения и последующего размещения отдельных материалов в средствах массовой информации;
- б) агентства, которые закупают большие объемы времени (телевизионного или радиоэфира) и площади (газет, журналов, щитов наружной рекламы) у средств распространения рекламы со значительной скидкой;
- в) агентства, которые обычно входят в структуру средств распространения рекламы и занимаются продажей рекламного пространства.
9. Медиабайеры предоставляют следующие услуги:
- а) оплачивают рекламный процесс;
- б) занимаются разработкой рекламной кампании;
- в) закупают рекламное пространство в средствах распространения рекламы;
- г) продают рекламное пространство средств распространения рекламы.
10. Потребители рекламы - это:
- а) только физические лица, получившие рекламную информацию;
- б) традиционно к ним относят телевидение, радио и прессу;
- в) физические или юридические лица, до сведения которых должна доводиться необходимая рекламная информация.
11. Одна из ключевых функций государства в рекламном процессе:
- а) запрещение распространения больших объемов рекламы;
- б) разработка правил создания и производства рекламной продукции;
- в) разработка ключевых установок в рамках данного рынка.
12. Основной вид телевизионной рекламы:
- а) радиоспот;
- б) ролик;
- в) баннер.
13. Бегущая строка - это:
- а) объявления дикторов с рекламными предложениями;
- б) текстовая строка внизу кадра, движущаяся, как правило, справа налево и передающая информацию;
- в) заставка перед началом или после окончания программы с логотипом фирмы-рекламодателя.
14. Продолжительность радиоклипа варьируется:
- а) от одной до трех минут;
- б) от пяти секунд до одной минуты;
- в) от трех минут и более.
15. Рубричная реклама - это:

- а) сообщения торгового или информационного характера, объединенные на страницах изданий по определенным признакам;
- б) группа рекламных модулей, размещенная на одной странице печатного издания;
- в) компактные рекламные объявления, на которые устанавливаются специальные тарифы.
16. Наиболее распространенный в крупных городах вид наружной рекламы:
- а) щит 3 6 метров;
- б) многостраничное объявление;
- в) пневмофигуры.
17. Основная функция менеджера по рекламе:
- а) организация рекламной деятельности предприятия и координация взаимоотношений рекламодателей и рекламных посредников;
- б) приобретение рекламного пространства для дальнейшей его продажи или непосредственного размещения рекламы;
- в) написание слогана и рекламного текста в рамках маркетинговой и рекламной концепции.
18. Основная функция копирайтера:
- а) организация рекламной деятельности предприятия и координация взаимоотношений рекламодателей и рекламных посредников;
- б) написание слогана и рекламного текста в рамках маркетинговой и рекламной концепции;
- в) приобретение рекламного пространства для дальнейшей его продажи или непосредственного размещения рекламы.
19. Основная обязанность экаунт-менеджера:
- а) написание слогана и рекламного текста в рамках маркетинговой и рекламной концепции;
- б) контроль над всем процессом реализации рекламных проектов;
- в) приобретение рекламного пространства для дальнейшей его продажи или непосредственного размещения рекламы.
20. Самое известное и значимое мероприятие в мировой рекламной жизни:
- а) фестиваль социальной рекламы;
- б) фестиваль «Идея!»;
- в) фестиваль «Каннские львы».
21. Медиабайер - это:
- а) менеджер по размещению рекламных сообщений в средствах массовой информации;
- б) агент по приобретению рекламного пространства для дальнейшей его продажи или непосредственного размещения рекламы;
- в) специалист по планированию графика размещения рекламных сообщений в средствах массовой информации.
22. Основной нормативный правовой документ, который регулирует отношения по производству, размещению и распространению рекламы:
- а) свод обычаев и правил делового оборота рекламы на территории Российской Федерации;
- б) Закон РФ «О рекламе»;
- в) Закон РФ «Об авторском праве и смежных правах»;
- г) налоговая декларация юридического лица, занятого производством и распространением рекламного продукта.
23. Государственный контроль за соблюдением законодательства РФ о рекламе осуществляет:
- а) Правительство РФ;
- б) федеральный антимонопольный орган и его территориальные органы;
- в) органы внутренних дел.
24. Буклет представляет собой:
- а) малоформатное несфальцованное недорогое издание;
- б) многостраничное, сброшюрованное и хорошо иллюстрированное издание небольшого формата;
- в) сфальцованное и, как правило, многокрасочное, хорошо иллюстрированное издание.
25. Процарапывание на стенах домов жителями античного города различных надписей получило название:
- а) граффити;
- б) альбум;
- в) милиарии.
26. Печатный станок изобрел:
- а) Б. Франклин;
- б) И. Гутенберг;
- в) Б. Батдольд.
27. Рекламный процесс представляет собой:
- а) процесс создания рекламной продукции;
- б) комплекс рекламных мероприятий, направленных на какой-либо сегмент рынка;
- в) совокупность фаз движения рекламной информации от рекламодателя к потребителю.
28. Реклама, представляющая общественные и государственные интересы и направленная на достижение благотворительных целей - это:
- а) социальная реклама;
- б) бизнес-реклама;
- в) имиджевая реклама.
29. Брандмауэр - это:

- а) крупноформатные отдельно стоящие конструкции с внешней подсветкой;
- б) крупные рекламные конструкции, расположенные на глухих стенах зданий, свободных от окон;
- в) отдельно стоящая раскладная и выносная конструкция, располагающаяся вблизи от рекламируемого объекта.

30. Реклама от имени правительства:

- а) носит в основном коммерческий характер;
- б) осуществляется в целях популяризации определенных общегосударственных программ;
- в) носит некоммерческий характер и способствует утверждению социально значимых принципов и достижению определенных целей в сфере общественной жизни;
- г) используется как инструмент пропаганды определенных политических идей, партий, деятелей и т.п.

#### Критерии и шкала оценки прохождения теста

Оценка «отлично» - 85-100% правильных ответов;

Оценка «хорошо» - 71-85% правильных ответов;

Оценка «удовлетворительно» - 53-70% правильных ответов;

Оценка «неудовлетворительно» - 52% и меньше правильных ответов.

При проведении тестирования, студенту запрещается пользоваться дополнительной литературой.

### 3.2 Перечень типовых практических заданий

Задание 1.

Проведите анализ рекламных текстов, принимая во внимание содержание, структуру, форму, цвет рекламного обращения. Печатная реклама в газетах по заданию преподавателя. Специфика работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами

Задание 2.

Проанализировать рекламную продукцию, обращая внимание на структуру, форму, цвет рекламного обращения.

Задание 3

Работа с большим объемом информации. Подобрать примеры рекламных обращений в сфере туризма для каждого варианта

Задание 4.

Основа рекламного обращения. - одобрительные отзывы клиентов. Изучите примеры отзывов на деятельность рекламного агентства и изучите сильные и слабые стороны рекламы. Проанализировать решение конкретной задачи, выбирая оптимальный способ, исходя из действующих правовых норм, оценки имеющихся ресурсов с учётом ограничений

Задание 5.

В рамках туристической рекламы создание определенного настроения, впоследствии ассоциирующегося с рекламируемым продуктом, например путешествия в горную местность другую страну и т.д. Дать общую оценку значимости и приоритетности получаемой информации

Задание 6.

Подготовить рекламный продукт, где подчеркивается профессиональное мастерство. Основной акцент в рекламе делается на огромном опыте предоставления услуг. Способы решения типичных задач и критерии их оценки

#### Критерии и шкала оценки решения практического задания

Оценка	Критерии
<b>Отлично</b>	<i>Отлично</i> ставится, если содержание работы/ответа полностью соответствует заданию. Обучающийся, демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять практическое задание. Полно освещает заданную тему, её актуальность и новизну. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов. Обучающийся продемонстрировал в полном объеме необходимые знания и умения; умение пользоваться нормативной, справочной и специальной литературой; обоснованность результатов и выводов, оригинальность идеи; способность представлять результаты исследования в творческой форме; обоснование возможности практического использования полученных данных. Продемонстрирован личный вклад обучающегося в работу. Оформление работы в целом отвечает установленным требованиям.
<b>Хорошо</b>	<i>Хорошо</i> ставится, если содержание работы/ответа достаточно полностью соответствует заданию. Обучающийся демонстрирует знание учебного материала, умение успешно выполнить задание, усвоение основной литературы, рекомендованной в программе. Материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию преподавателя. Научная терминология используется достаточно, отражена новизна полученных данных, выводы достаточно обоснованы. Достаточно продемонстрирован личный вклад обучающегося в работу. Оформление работы отвечает установленным требованиям.
<b>Удовлетвори-</b>	При <i>удовлетворительном</i> ответе содержание работы/ответа недостаточно полностью

<b>тельно</b>	соответствует заданию. Задание выполнено частично. Обучающийся демонстрирует недостаточное освещение заданной темы, допущены погрешности и неточности, допускает одну существенную ошибку, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя. Научная терминология используется недостаточно, выводы не обоснованы. Личный вклад обучающегося в работу недостаточен. Оформление работы не полностью отвечает установленным требованиям.
<b>Неудовлетворительно</b>	При <i>неудовлетворительном</i> ответе содержание работы/ответа не соответствует заданию. В работе продемонстрирован низкий уровень знаний и умений, наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии, нет выводов, ограничен объем содержания выполненного задания. Оформление работы не отвечает установленным требованиям.

### 3.3. Перечень типовых вопросов к устному опросу

1. Оцените средства распространения рекламы с учетом ограничений
2. Охарактеризуйте рекламные обращения в прессе
3. Охарактеризуйте рекламно-коммерческую литературу
4. Спроектировать телерекламу
5. Охарактеризуйте радиорекламу, используя критерии оценки
6. Охарактеризуйте виды наружной рекламы
7. Охарактеризуйте Indoor-рекламу
8. Охарактеризуйте рекламу на транспортных средствах
9. Охарактеризуйте прямую почтовую рекламу, исходя из действующих правовых норм
10. Охарактеризуйте мультимедийную презентацию проекта
11. Охарактеризуйте Интернет-рекламу, исходя из оценки имеющихся ресурсов

### Критерии и шкала оценки ответа при устном опросе

Оценка	Критерии ответа
<b>Отлично</b>	Отлично ставится, если обучающийся демонстрирует глубокое, полное раскрытие содержания психологических закономерностей и специфики организации обучения на разных образовательных уровнях. Выдвигаемые им положения аргументированы и иллюстрированы примерами. В освещении проблем содержания и использования психологических средств обеспечения образовательного процесса используется аналитический подход, обосновывается своя точка зрения; делаются содержательные выводы. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный.
<b>Хорошо</b>	Хорошо ставится, если обучающийся демонстрирует достаточно полный и правильный ответ; выдвигаемые теоретические положения подтверждены примерами; в ответе представлены различные подходы к рассматриваемой проблеме, но их обоснование не аргументировано, отсутствует собственная точка зрения; сделаны краткие выводы; материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию преподавателя.
<b>Удовлетворительно</b>	При удовлетворительном ответе обучающийся допускает одну существенную ошибку; ответ недостаточно логически выстроен; базовые понятия употреблены правильно, но обнаруживается недостаток раскрытия теории; выдвигаемые положения недостаточно аргументированы и не подтверждены примерами; ответ носит преимущественно описательный, а не концептуальный характер; научная терминология используется недостаточно.
<b>Неудовлетворительно</b>	В случае, когда обучающийся демонстрирует непонимание содержания психологических закономерностей и специфики организации обучения на разных образовательных уровнях; в ответе допущен ряд существенных ошибок, которые он не может исправить при наводящих вопросах преподавателя; не может дать научное обоснование проблемы; выводы отсутствуют или носят поверхностный характер; преобладает бытовая лексика; наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии.

### Типовые задания для промежуточной аттестации

#### 3.4. Перечень типовых вопросов для устного опроса на экзамене

1. Специфика работы процесса и комплекс маркетинговых коммуникаций
2. Интегрированные маркетинговые коммуникации
3. Реклама как инструмент продвижения услуг предприятия социально-культурного сервиса
4. Паблик рилейшнз (связи с общественностью) как инструмент продвижения услуг предприятия социально-культурного сервиса
5. Роль федерального закона «О рекламе», основываясь на действующие правовые нормы

6. Требования к рекламной деятельности
7. Юридическая ответственность рекламы, используя правовые нормы
8. Способы определения, цели и функции рекламы
9. Модель AIDA и законы Политца
10. Классификация рекламы

Средства распространения рекламы (Рекламные обращения в прессе, Рекламно-коммерческая литература, Телереклама, Радиореклама, Наружная реклама, Indoog-реклама, Реклама на транспортных средствах, Прямая почтовая реклама, Мультимедийная презентация проекта, Интернет-реклама), используя большие объемы информации

11. Особенности рекламы в различных сферах сервиса
12. Основные цели рекламной кампании для предприятий СКС
13. Этапы планирования рекламной кампании
14. Проектировать рекламный бюджет
15. Критерии оценки медиапланирования
16. Оценка эффективности рекламной деятельности
17. Рекламное обращение – основной инструмент достижения целей рекламы.
18. Основные этапы создания сообщений.
19. Тема и девиз рекламы.
20. Структура рекламного обращения.
21. Форма рекламного обращения.
22. Цвет и иллюстрации в рекламном обращении.
23. Стиль рекламного обращения
24. Проектирование корпоративного имиджа
25. Брендинг в системе корпоративных коммуникаций
26. Фирменный стиль организации
27. Роль связей с общественностью в формировании общественного мнения
28. Основные критерии PR-мероприятий и каналы выхода на различные аудитории
29. Стратегия и тактика использования СМИ и других видов массовой коммуникации в связях с общественностью, используя специфику социальных сетей
30. Разработка коммуникационных и информационных кампаний
31. PR-инструментарий
32. Способы распространения коммуникационного продукта, Взаимодействие с социальными группами, организациями и персонами (лицами).
33. Распространение и продвижение коммуникационного продукта.

### **3.5 Перечень типовых практических заданий на экзамене**

Задание 1.

Проведите анализ рекламных текстов, принимая во внимание содержание, структуру, форму, цвет рекламного обращения. Печатная реклама в газетах по заданию преподавателя. Специфика работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами

Задание 2.

Проанализировать рекламную продукцию, обращая внимание на структуру, форму, цвет рекламного обращения.

Задание 3

Работа с большим объемом информации. Подобрать примеры рекламных обращений в сфере туризма для каждого варианта:

Задание 4.

Основа рекламного обращения. - одобрительные отзывы клиентов. Изучите примеры отзывов на деятельность рекламного агентства и изучите сильные и слабые стороны рекламы. Проанализировать решение конкретной задачи, выбирая оптимальный способ, исходя из действующих правовых норм, оценки имеющихся ресурсов с учётом ограничений

Задание 5.

В рамках туристической рекламы создание определенного настроения, впоследствии ассоциирующегося с рекламируемым продуктом, например путешествия в горную местность другую страну и т.д. Дать общую оценку значимости и приоритетности получаемой информации

Задание 6.

Подготовить рекламный продукт, где подчеркивается профессиональное мастерство. Основной акцент в рекламе делается на огромном опыте предоставления услуг. Способы решения типичных задач и критерии их оценки

Экзаменационный билет содержит два теоретических вопроса из представленного списка контрольных вопросов и одного контрольного практического задания

Оценка	Критерии ответа
Отлично	Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если знания отличаются глубиной и содержательностью, дается полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные; обучающийся свободно владеет научной терминологией; ответ структурирован, содержит анализ существующих теорий, научных школ, направлений и их авторов по вопросу билета; логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете; ответ характеризуется глубиной, полнотой и не содержит фактических ошибок; ответ иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики; обучающийся демонстрирует умение аргументировано вести диалог и научную дискуссию. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный. Обучающийся демонстрирует умение свободно выполнять практическое задание; обоснованность результатов и выводов, оригинальность идеи; способность представлять результаты исследования в творческой форме; обоснование возможности практического использования полученных данных.
Хорошо	Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если знания имеют достаточный содержательный уровень, однако отличаются слабой структурированностью; содержание билета раскрывается, но имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы; имеющиеся в ответе несущественные фактические ошибки, обучающийся способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; недостаточно раскрыта проблема по одному из вопросов билета; недостаточно логично изложен вопрос; обучающийся не может назвать авторов той или иной теории по вопросу билета; ответ прозвучал недостаточно уверенно; обучающийся не смог продемонстрировать способность к интеграции теоретических знаний и практики. Обучающийся демонстрирует умение успешно выполнить задание, при этом допущены две-три несущественные ошибки, исправленные по требованию преподавателя, отражена новизна полученных данных, выводы достаточно обоснованы.
Удовлетворительно	Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если содержание билета раскрыто слабо, знания имеют фрагментарный характер, отличаются поверхностностью и малой содержательностью, имеются неточности при ответе на основные вопросы билета; программный материал в основном излагается, но допущены фактические ошибки; обучающийся не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты; обучающийся не может привести пример для иллюстрации теоретического положения; отсутствует понимание излагаемого материала, материал слабо структурирован; у обучающегося отсутствуют представления о межпредметных связях. Задание выполнено частично. Обучающийся демонстрирует недостаточное освещение заданной темы, допущены погрешности и неточности, выводы не обоснованы.
Неудовлетворительно	Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если обнаружено незнание или непонимание предмета изучения дисциплины; содержание вопросов билета не раскрыто, допускаются существенные фактические ошибки, которые обучающийся не может исправить самостоятельно; на большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена обучающийся затрудняется дать ответ или не дает верных ответов. В работе продемонстрирован низкий уровень знаний и умений, наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии, нет выводов, ограничен объем содержания выполненного задания.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины  
«Реклама в туризме»  
направление подготовки 42.03.01 Рекламы и связи с общественностью  
направленность (профиль) программы: Реклама и связи с общественностью в коммерческой  
сфере  
на 2020/2021, 2021/2022, 2022/23 уч.г.**

Внесенные изменения на 2023/2024 учебный год



ТВЕРЖДАЮ  
Декан социально-психологического факультета

\_\_\_\_\_  
Т.В. Поштарева  
«9» мая 2023 г.

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

**8.3. Программное обеспечение**

Microsoft Windows, Microsoft Office Professional Plus 2019, Google Chrome, Яндекс Браузер, Яндекс 360, Антивирус

**8.4. Профессиональные базы данных**

База данных психологов, работающих на территории РФ - <http://www.psychology-guide.ru>

База данных психологических методик - [https://hr-portal.ru/psy\\_tools?ysclid=l6yr3dpf27651016965](https://hr-portal.ru/psy_tools?ysclid=l6yr3dpf27651016965)

**8.5. Информационные справочные системы**

1С: Библиотека - <https://www.sksi.ru/environment/eor/library/>

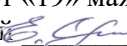
Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» - <http://www.consultant.ru/>


*Поисковые системы*

Поисковая система Google - <https://www.yandex.ru/>


Поисковая система Yandex - <https://www.rambler.ru/>

Поисковая система Yahoo - <https://www.yahoo.com/>

Рабочая программа пересмотрена и рекомендована на заседании кафедры социально-гуманитарных дисциплин от «19» мая 2023 г. протокол № 9  
зав. кафедрой  Е.В. Смирнова

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии СПФ «19» мая 2023 г. протокол № 9  
Председатель УМК  Т.В. Поштарева

СОГЛАСОВАНО:

Зав. выпускающей кафедрой социально-гуманитарных наук  Е.В. Смирнова  
«19» мая 2023 г. протокол № 9