

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
"Дальневосточный государственный университет путей сообщения"  
(ДВГУПС)

УТВЕРЖДАЮ

Зав.кафедрой

(к802) Международные коммуникации,  
сервис и туризм

Щекина Е.Г., канд.  
культурологии, доцент



24.05.2022

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины Технологии продвижения в сфере услуг

для направления подготовки 43.03.01 Сервис

Составитель(и): к.с.н., доцент, Луценко Екатерина Леонидовна

Обсуждена на заседании кафедры: (к802) Международные коммуникации, сервис и туризм

Протокол от 11.05.2022г. № 12

Обсуждена на заседании методической комиссии учебно-структурного подразделения: Протокол от 24.05.2022 г. № 5

г. Хабаровск  
2022 г.

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Председатель МК РНС

\_\_\_ 2023 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры (к802) Международные коммуникации, сервис и туризм

Протокол от \_\_\_ 2023 г. № \_\_\_  
Зав. кафедрой Щекина Е.Г., канд. культурологии, доцент

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Председатель МК РНС

\_\_\_ 2024 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры (к802) Международные коммуникации, сервис и туризм

Протокол от \_\_\_ 2024 г. № \_\_\_  
Зав. кафедрой Щекина Е.Г., канд. культурологии, доцент

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Председатель МК РНС

\_\_\_ 2025 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры (к802) Международные коммуникации, сервис и туризм

Протокол от \_\_\_ 2025 г. № \_\_\_  
Зав. кафедрой Щекина Е.Г., канд. культурологии, доцент

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Председатель МК РНС

\_\_\_ 2026 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры (к802) Международные коммуникации, сервис и туризм

Протокол от \_\_\_ 2026 г. № \_\_\_  
Зав. кафедрой Щекина Е.Г., канд. культурологии, доцент

Рабочая программа дисциплины Технологии продвижения в сфере услуг  
разработана в соответствии с ФГОС, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 № 514

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **заочная**

**ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Общая трудоемкость **4 ЗЕТ**

Часов по учебному плану	144	Виды контроля на курсах:
в том числе:		экзамены (курс) 5
контактная работа	18	контрольных работ 5 курс (1)
самостоятельная работа	117	
часов на контроль	9	

**Распределение часов дисциплины по семестрам (курсам)**

Курс	5		Итого	
	УП	РП		
Лекции	8	8	8	8
Практические	10	10	10	10
В том числе инт.	6	6	6	6
Итого ауд.	18	18	18	18
Контактная работа	18	18	18	18
Сам. работа	117	117	117	117
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	144	144	144	144

### 1. АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Особенности продвижения услуг. Методы продвижения услуг. PR в системе продвижения. Отношения с прессой. Основные инструменты PR. Создание PR круг предприятия. Создание PR вокруг услуги. Специальные мероприятия. Выставки в системе продвижения. Реклама как метод продвижения. Мотивация и манипуляции в рекламе. Рекламная кампания – технология планирования и организации. Рекламные исследования. Создание рекламного обращения. Выбор каналов размещения рекламы. Эффективность рекламы. Государственное регулирование рекламной деятельности. Технология организации мероприятий по стимулированию сбыта. Технологии организации личных (адресных) продаж в системе продвижения. Директ-мейл и телемаркетинг в личных продажах. Формирование программы продвижения услуг.
-----	--

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код дисциплины:	Б1.О.20
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.1.1	Маркетинг в сервисе и туризме
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	Технологии продаж

### 3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

<b>ОПК-4: Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов</b>	
<b>Знать:</b>	
Знает основные методы продаж услуг, в том числе он-лайн.	
<b>Уметь:</b>	
Осуществлять продвижение услуг по основным направлениям, в том числе в сети Интернет.	
<b>Владеть:</b>	
Навыками проведения маркетинговых исследований сервисного рынка, потребителей, конкурентов.	

#### ПК-3: Способность к проведению исследований особенностей потребителя.

<b>Знать:</b>	
Социально-психологические особенности потребителя Национально-региональные и демографические факторы при проведении исследований особенностей потребителей	
<b>Уметь:</b>	
Организовывать процесс проведения исследований особенностей потребителей Выявлять социально-психологические особенности потребителя	
<b>Владеть:</b>	
Технологией проведения комплексного исследования потребителя	

### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	<b>Раздел 1. лекции, практики, самостоятельная работа</b>						
1.1	Особенности продвижения услуг. Методы продвижения услуг. PR в системе продвижения. Отношения с прессой. Основные инструменты PR. Создание PR круг предприятия. Создание PR вокруг услуги. /Лек/	5	1	ОПК-4 ПК-3	Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.3 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	0	

1.2	Специальные мероприятия. Выставки в системе продвижения. /Лек/	5	1	ОПК-4 ПК-3	Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.3 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	0	
1.3	Реклама как метод продвижения. Мотивация и манипуляции в рекламе. /Лек/	5	1	ОПК-4 ПК-3	Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.3 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	0	
1.4	Рекламная кампания – технология планирования и организации. Рекламные исследования. /Лек/	5	1	ОПК-4 ПК-3	Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.3 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	0	
1.5	Создание рекламного обращения. Выбор каналов размещения рекламы. Эффективность рекламы. /Лек/	5	1	ОПК-4 ПК-3	Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.3 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	0	
1.6	Государственное регулирование рекламной деятельности. /Лек/	5	1	ОПК-4 ПК-3	Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.3 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	0	
1.7	Технология организации мероприятий по стимулированию сбыта. /Лек/	5	1	ОПК-4 ПК-3	Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.3 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	0	
1.8	Технологии организации личных (адресных) продаж в системе продвижения. Директ-мейл и телемаркетинг в личных продажах. Формирование программы продвижения услуг. /Лек/	5	1	ОПК-4 ПК-3	Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.3 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	0	
1.9	Основные понятия и сущность продвижения. Семинар: 1. Основные понятия и сущность продвижения.. 2. Особенности продвижения услуг 3. Методы продвижения /Пр/	5	2	ОПК-4 ПК-3	Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.3 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	2	дискуссия

1.10	Дискуссия: Современные тенденции в сфере продвижения – традиции и инновации /Пр/	5	2	ОПК-4 ПК-3	Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.3 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	2	дискуссия
1.11	Методы продвижения сервисных услуг. Задание выполняется в малых группах по 3-5 чел. Для проведения анализа и оценки группа выбирает одну из перечисленных гостиничных услуг. Время работы – 60 минут. Задание предполагает использование матрицы «Логическая сетка», /Пр/	5	1	ОПК-4 ПК-3	Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.3 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	0	
1.12	PR в системе продвижения. Семинар: 1.Понятие и сущность пабликрилейшн, 2. Место PR в системе продвижения, 3. Виды PR, 4. Организация PR-деятельности на сервисном предприятии. /Пр/	5	1	ОПК-4 ПК-3	Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.3 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	1	дискуссия
1.13	Разработка план PR-мероприятий по одному из сервисных мероприятий. /Пр/	5	1	ОПК-4 ПК-3	Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.3 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	1	Работа в малых группах
1.14	Ролевая игра: Проведение пресс-конференции. Участники – PR-специалисты предприятия, представители различных СМИ. Каждая группа готовится к проведению игры, исходя из роли. Результат игры: статья, сюжет на ТВ, репортаж в соцсетях и пр. /Пр/	5	1	ОПК-4 ПК-3	Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.3 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	0	
1.15	Технология подготовки к выставке и работа на ней. 1. Преимущества выставки – как мероприятия по продвижению гостиницы 2.Выставки, проводимые в РФ и на международном уровне 3.Программа подготовки к участию в выставке 4.Обучения персонала, представляющего гостиницу на выставке /Пр/	5	1	ОПК-4 ПК-3	Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.3 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	0	
1.16	Технологии продвижения образовательных услуг. Формирование программы продвижения услуг /Пр/	5	1	ОПК-4 ПК-3	Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.3 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	0	

1.17	РАБОТА С ЛИТЕРАТУРНЫМИ И INTERNET-ИСТОЧНИКАМИ, ЭЛЕКТРОННЫМИ БИБЛИОТЕКАМИ; ПОДГОТОВКА ПИСЬМЕННОЙ РАБОТЫ ПО ЗАДАННОЙ ТЕМЕ; ПОДГОТОВКА К ЭКЗАМЕНУ /Ср/	5	87	ОПК-4 ПК-3	Л1.2 Л1.1Л1.2.3 Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.3 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	0	
1.18	ПОДГОТОВКА ДОКЛАДА НА ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ, РАЗРАБОТКА ПРЕЗЕНТАЦИИ К ДОКЛАДУ /Ср/	5	15	ОПК-4 ПК-3	Л1.2 Л1.1Л1.2.3 Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.3 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	0	
1.19	ПОДГОТОВКА К ЗАНЯТИЮ, ПРОВОДИМОМУ В ИНТЕРАКТИВНОЙ ФОРМЕ /Ср/	5	15	ОПК-4 ПК-3	Л1.2 Л1.1Л1.2.3 Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.3 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	0	
<b>Раздел 2.</b>							
2.1	/Экзамен/	5	9	ОПК-4 ПК-3	Л1.2 Л1.1Л1.2.3 Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.3 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	0	

## 5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Размещены в приложении

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

### 6.1. Рекомендуемая литература

#### 6.1.1. Перечень основной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Лашко С. И., Сапрыкина В. Ю.	Международный бизнес: PR и рекламное дело: Учебное пособие	Москва: Издательский Центр РИО, 2017, <a href="http://znanium.com/go.php?id=560458">http://znanium.com/go.php?id=560458</a>
Л1.2	Кириллова В. Л.	PR в некоммерческом секторе	М.   Берлин: Директ-Медиа, 2015, <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=298176">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=298176</a>

#### 6.1.2. Перечень дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Джоббер Д., Ланкастер Д.	Продажи и управление продажами	Москва: Юнити-Дана, 2015, <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114548">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114548</a>
Л2.2	Калмыков С. Б., Пашин Н. П.	Социальная реклама: конструирование эффективного взаимодействия с целевой аудиторией: монография	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2017, <a href="http://znanium.com/go.php?id=773309">http://znanium.com/go.php?id=773309</a>
Л2.3	Маслова В. М., Синяева И. М.	Сфера PR в маркетинге	Москва: Юнити-Дана, 2015, <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114502">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114502</a>

<b>6.1.3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)</b>			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
ЛЗ.1	Курная Н.Н.	Технология продвижения услуг гостиничного комплекса: метод. пособие	Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2015,
ЛЗ.2	Ковынева Л.В., Курбанова Л.М., Щекина Е.Г.	От реферата до выпускной квалификационной работы: метод. пособие	Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2018,
ЛЗ.3	Курная Н.Н.	Реклама в туризме: метод. пособие	Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2016,
<b>6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)</b>			
Э1	РБК Новости Технологии и медиа		<a href="https://www.rbc.ru/technology_and_media/">https://www.rbc.ru/technology_and_media/</a>
Э2	Журнал "Журналист"		<a href="https://jrnlst.ru/kak-i-zachem-izdayutsya-media-o-tehnologiyah">https://jrnlst.ru/kak-i-zachem-izdayutsya-media-o-tehnologiyah</a>
Э3	Медиа Паблишер		<a href="http://media-publisher.ru/">http://media-publisher.ru/</a>
Э4	Электронный каталог НТБ ДВГУПС		<a href="http://lib.festu.khv.ru/elektronnyj-dostup/175-elektronnyj-dostup">http://lib.festu.khv.ru/elektronnyj-dostup/175-elektronnyj-dostup</a>
Э5	ЭБС "Лань"		<a href="https://e.lanbook.com">https://e.lanbook.com</a>
Э6	Научная электронная библиотека ELIBRARY		<a href="http://www.eLIBRARY.RU">http://www.eLIBRARY.RU</a>
Э7	Научная электронная библиотека открытого доступа «КИБЕРЛЕНИНКА»		<a href="http://www.cyberleninka.ru">http://www.cyberleninka.ru</a>
Э8	ЭБС Университетская библиотека ONLINE		<a href="http://biblioclub.ru">http://biblioclub.ru</a>
Э9	ЭБС Юрайт		<a href="https://biblio-online.ru">https://biblio-online.ru</a>
<b>6.3 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)</b>			
<b>6.3.1 Перечень программного обеспечения</b>			
ABBYY FineReader 11 Corporate Edition - Программа для распознавания текста, договор СЛ-46			
WinRAR - Архиватор, лиц. LO9-2108, б/с			
Антивирус Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Расширенный Russian Edition - Антивирусная защита, контракт 469 ДВГУПС			
Антиплагиат - Система автоматической проверки текстов на наличие заимствований из общедоступных сетевых источников, контракт 12724018158180000974/830 ДВГУПС			
Free Conference Call (свободная лицензия)			
Zoom (свободная лицензия)			
<b>6.3.2 Перечень информационных справочных систем</b>			
- Информационно-справочная система Консультант ( <a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a> )			
<b>7. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)</b>			
Аудитория	Назначение	Оснащение	
3241	Учебная аудитория для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	комплект учебной мебели: столы, стулья, доска, тематические плакаты	
2402	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа	комплект учебной мебели: столы, стулья, меловая доска, интерактивная доска	
1303	Помещения для самостоятельной работы обучающихся. Читальный зал НТБ	Тематические плакаты, столы, стулья, стеллажи Компьютерная техника с возможностью подключения к сети Интернет, свободному доступу в ЭБС и ЭИОС.	
249	Помещения для самостоятельной работы обучающихся. Читальный зал НТБ	Тематические плакаты, столы, стулья, стеллажи Компьютерная техника с возможностью подключения к сети Интернет, свободному доступу в ЭБС и ЭИОС.	
3317	Помещения для самостоятельной работы обучающихся. Читальный зал НТБ	Тематические плакаты, столы, стулья, стеллажи Компьютерная техника с возможностью подключения к сети Интернет, свободному доступу в ЭБС и ЭИОС.	
3322	Помещения для самостоятельной работы обучающихся. Читальный зал НТБ	Тематические плакаты, столы, стулья, стеллажи Компьютерная техника с возможностью подключения к сети Интернет, свободному	

Аудитория	Назначение	Оснащение
		доступу в ЭБС и ЭИОС.
343	Помещения для самостоятельной работы обучающихся. Читальный зал НТБ	Тематические плакаты, столы, стулья, стеллажи. Компьютерная техника с возможностью подключения к сети Интернет, свободному доступу в ЭБС и ЭИОС.

## 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 1) РАБОТА С ЛИТЕРАТУРНЫМИ И INTERNET-ИСТОЧНИКАМИ, ЭЛЕКТРОННЫМИ БИБЛИОТЕКАМИ

В рамках самостоятельной подготовки особое внимание должно быть уделено работе с информационными материалами. Ввиду обилия информации и насыщенности книжного рынка, в ходе самоподготовки возникает необходимость осваивать методику поиска литературы и оценки содержащейся в ней информации. Наиболее традиционными и привычными являются следующие способы поиска информационных материалов: работа с библиографическими изданиями в библиотеках; изучение специальных выпусков отсылок к литературе, систематизированных по отраслям экономики, разделам, либо конкретным проблемам; использование библиотечных каталогов, которые в настоящее время представлены преимущественно в виде компьютерной информации.

Выделяют несколько способов оценки научного текста: во-первых, определение предназначенности работы - полемическая, альтернативная, острокритическая, традиционная; во-вторых, сопоставление даты издания книги или журнала и изменений в экономической, политической, социальной и др. сфере государства, учитывая тенденции развития науки (например, выбирая учебник желательно руководствоваться именно этим способом); в-третьих, сопоставление хотя бы нескольких литературных источников, для того, чтобы в полной мере оценить степень разработанности и изученности рассматриваемого объекта и предмета; в-четвертых, консультирование с ведущим преподавателем по вопросам того или иного издания. Обязательный элемент самостоятельной работы с информационными материалами – подготовка доклада.

### 2) ПОДГОТОВКА ДОКЛАДА НА ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ

Подготовка и выступление на практическом занятии является важной частью процесса обучения, успех которых во многом зависит от самоорганизованности и целеустремленности обучающегося в изучении поставленных во-просов.

Доклад – это сообщение или документ, содержимое которого представляет информацию и отражает суть вопроса или исследования применительно к данной ситуации. Целью доклада является информирование аудитории в рамках заданной темы. Доклад может включать в себя такие элементы как рекомендации или другие мотивационные предложения.

Представленный доклад оценивается по следующим критериям:

1. Содержательная часть материала (полнота изложения, точность и достоверность);
2. Логичность и ясность изложения;
3. Время выступления 7-10 мин.;
4. Знание терминологии и ориентирование в теме;
5. Умение ответить на вопросы.

Таким образом, максимальное количество баллов за доклад является сум-мой баллов по каждому критерию и равняется 5 баллам.

Прежде чем приступить к написанию доклада, важно ясно представить себе тех, кто будет его слушать. Доклад должен быть составлен так, чтобы смысл его был доступен для понимания всей аудитории. Допустимо пользоваться специальной терминологией, ранее использованной во время лекций. Перед автором стоит задача - изложить доклад так, чтобы все могли бы без труда его понять одновременно. Необходимо заинтересовать слушателей выбранной темой и выбрать ранее неизвестные или малоизвестные факты, чтобы придать докладу новизну. Поэтому искусство сделать доклад интересным придает ему еще большую ценность и значительно усиливает шансы на хороший прием.

Наглядности текста способствует умелое использование иллюстраций, примеров, графических материалов.

Общий объем доклада - не более 2-х страниц компьютерного текста (до 100 строк или 8 тысяч знаков (с пробелами)), размер шрифта -12.

### 3) РАЗРАБОТКА ПРЕЗЕНТАЦИИ К ДОКЛАДУ

Для наглядности и более полного восприятия аудиторией материала рекомендуется подготовить презентацию доклада.

Презентация оценивается по следующим критериям:

1. Содержание
  - соответствие слайдов тексту доклада;
  - оптимальность текста (отсутствие лишнего текста, представление на слайдах лаконичных формулировок, отражающих структуру доклада, основные выводы работы);
  - корректность текста презентации (использование научной терминологии, отсутствие орфографических и пунктуационных ошибок).
2. Техническая обработка презентации
  - общий дизайн (логичность, эстетичность оформления презентации, не-противоречивость дизайнера и содержания презентации);
  - легко читаемый текст, сочетание фона с графическими элементами.
3. Графическое представление материала
  - наличие рисунков, фотографий, диаграмм, таблиц;
  - привлекательность графических объектов, их соответствие содержанию;
4. Процедура презентации
  - активность участников проекта;

- проявленные коммуникативные навыки;
- доступное представление презентации (ее связь с речью выступающего).

5. Количество слайдов: 10-15

Таким образом, максимальное количество баллов за презентацию является суммой баллов по каждому критерию и равняется 5 баллам.

При разработке презентации необходимо учитывать следующие требования к ее оформлению:

А. Необходимо соблюдать единый стиль оформления слайдов.

В. Стараться использовать «холодные» тона (синий, зеленый), не отвлекающие внимания от основного содержания слайдов.

С. При использовании цветов не злоупотреблять их количеством. Как правило, достаточно применять три цвета (один для фона, один для заголовков, один для текста). При этом, фон и текст презентации должны быть контрастных цветов.

Д. При подготовке презентации для учебных целей допускается использование анимационных эффектов в умеренном количестве. Анимация не должна отвлекать внимания от основного содержания на слайде.

Е. Информация, содержащаяся в слайдах, должна быть краткой и лаконичной, с минимальным количеством предлогов, наречий и прилагательных. Особо следует обратить внимание на заголовки, которые должны передавать суть поставленного вопроса и привлекать внимание аудитории.

Ф. Рекомендуется горизонтальное расположение информации относительно страницы слайда. При этом, важная информация должна располагаться в центре экрана, а под картинками необходимо делать подписи.

Г. Для полноценного восприятия и легкого усвоения материала презентации рекомендуется придерживаться следующих параметров шрифтов:

- для заголовков размер шрифта не менее 32;
- для информации размер шрифта не менее 24;
- использования одного шрифта в одной презентации;
- использования жирных шрифтов, курсивов или подчеркивания для выделения информации;
- соблюдения мер в использовании прописных букв;
- нумерация слайдов (размер шрифта для номера слайда не менее 28).

Н. Допускается использование рамок, границ, заливок; разных цветов шрифтов, стрелок и т. д. для выделения особо важной информации.

И. Важно помнить, что информация для презентации не должна полностью копировать текст доклада. Как правило, объем информации должен отражать ключевые позиции пунктов по каждому вопросу.

Ж. Особо следует обратить внимание на подбор иллюстративного материала. Поскольку большинство рассматриваемых вопросов отражают туристскую специфику, рекомендуется использовать фотографии, карты, картинки, подкрепляющих текст и способствующих полноценному усвоению материала.

#### 4) ПОДГОТОВКА К ЗАНЯТИЮ, ПРОВОДИМОМУ В ИНТЕРАКТИВНОЙ ФОРМЕ

Проведение занятия в форме дискуссии, диспута, круглого стола, а также работа в малых группах предполагает коллективное обсуждение какой-либо проблемы с целью установления путей ее достоверного решения. Занятие проводится в форме диалогического общения участников. Оно предполагает высокую умственную активность участников, прививает умение вести полемику, обсуждать материал, защищать взгляды и убеждения, лаконично и ясно излагать свои мысли.

В ходе такого занятия, как правило, высказываются альтернативные подходы, новые взгляды, ценные предложения. Такое занятие обостряет и углубляет научный интерес, оттачивает мысль, возбуждает эмоции. Имея дело с крупными и важными вопросами, обучающийся оказывается в ситуации, когда необходимо активно проявить умственное усилие, высказать своё мнение, иногда даже определить собственную нравственную позицию. Все это, в конечном счете, позволяет участникам такой формы занятия расти в научном отношении и получать идейную закалку.

Содержанием вопросов, выносимых на обсуждение, могут быть дискуссии-онные проблемы. При этом докладчику поручается изложить одну из существующих точек зрения, а содокладчику - другую. Очень важно организовать дискуссию так, чтобы обучающиеся смогли представить себе как сильные, так и слабые места спорящих сторон.

#### 5) ПОДГОТОВКА ПИСЬМЕННОЙ РАБОТЫ ПО ЗАДАННОЙ ТЕМЕ

Требования, предъявляемые к письменным работам, представлены в методическом пособии: От реферата до выпускной квалификационной работы : метод. пособие по выполнению письменных работ / Л.В. Ковышева, Л.М. Курбанова, Н.Г. Щекина. – Хабаровск : Изд-во ДВГУПС, 2018. – 63 с.,

Тематики письменных работ:

- 1 Особенности рекламного продвижения мировых брендов
- 2 PR методы и средства продвижения продукции на примере ...
- 3 Тенденции развития интегрированных коммуникаций: реклама и связи с общественностью в современном обществе
- 4 Современные методы виды и формы рекламной деятельности
- 5 Сторителлинг как технология продвижения
- 6 Особенности продвижения бренда в Интернет-пространстве
- 7 Теория мифа Барта и современная реклама
- 8 Разработка рекламной кампании для...
- 9 Использование инструментов PR для проведения выставок

- 10 Социальные сети как инструмент формирования имиджа предприятия (тур фирмы, отеля )
- 11 Амбиент реклама – локальные коммуникации в городской среде
- 12 Методики измерения показателей оценки эффективности рекламной и PR-кампании
- 13 Технология продвижения туристского продукта (на примере...)
- технология продвижения сервисных услуг (на примере...)
- 14 Современные методы продвижения услуг
- 15 Средства и способы рекламы услуг предприятия сферы туризма
- 16 Особенности установления цен на услуги
- 17 Разработка рекламной кампании при продвижении услуги на рынок
- 18 Методы и формы проведения презентаций и выставок
- 19 Связи с общественностью в процессе продвижения, их становление и развитие
- 20 Стратегии продвижения при выведении услуг предприятия сферы сервиса на рынок
- 21 Интернет как способ продвижения продукции и услуг в туризме
- 22 Продвижение предприятия сферы сервиса в местных и специальных печатных изданиях
- 23 Имидж кампании и его влияние на продажу услуг
- 24 Особенности установления цен на туристские услуги
- 25 Интернет как способ продвижения продукции и услуг в туристской индустрии
- 26 Разработка стратегии рекламы и формирования PR образовательной услуги
- 27 Использование наружной рекламы в продвижении предприятия сферы туризма
- 28 Разработка мероприятий по продвижению туристских услуг
- 29 Образ в рекламе услуг предприятия сферы туризма
- 30 Разработка стратегии рекламы и формирования PR образовательной услуги за рубежом
- 31 Управление продвижением туристских услуг на внешние рынки сервиса.

#### 6) ПОДГОТОВКА К ЭКЗАМЕНУ

При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу, образовательные Интернет-ресурсы. Студенту рекомендуется также в начале учебного курса познакомиться со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами практических занятий;
- учебниками, пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов к экзамену.

Подготовка к экзамену осуществляется по вопросам, приведенным в ОМ.

После этого у студента должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть в процессе освоения дисциплины. Систематическое выполнение учебной работы на практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи экзамена.

Проведение учебного процесса может быть организовано с использованием ЭИОС университета и в цифровой среде (группы в социальных сетях, электронная почта, видеосвязь и др. платформы). Учебные занятия с применением ДОТ проходят в соответствии с утвержденным расписанием. Текущий контроль и промежуточная аттестация обучающихся проводится с применением ДОТ.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа людей с инвалидностью

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа людей с инвалидностью предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме, в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.