

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 16.06.2026 22:11:14
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 4
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДЭ.02.02 «Интернет-технологии рекламы и связей с общественностью в туризме»

(индекс, наименования дисциплины в соответствии с учебным планом)

43.03.02 Туризм

(код, наименование направления подготовки)

очная, заочная

(формы обучения)

Туризм и регионоведение

(наименование образовательной программы)

2026

Санкт-Петербург

Автор-составитель

Морозова М.А., доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса

Заведующий кафедрой

Морозова Марина Александровна, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДЭ.02.02 «Интернет-технологии рекламы и связей с общественностью в туризме» одобрена на заседании кафедры управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса.

Протокол от 06 апреля 2026 г. № 13.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ДЭ.02.02 «Интернет-технологии рекламы и связей с общественностью в туризме» обеспечивает овладение следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций*:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии)**	Код компетенции **	Наименование Компетенции **	Код индикатора достижения компетенции **	Наименование индикатора достижения компетенций **	Образовательный результат **
<p>04.005. Экскурсовод (гид). Утвержден Приказом Минтруда России № 913н от 24.12.2021</p> <p>Е Организация экскурсионной деятельности Е/01.7</p> <p>Определение концепции и стратегии развития экскурсионной организации</p>	ПКР-2	Способен разрабатывать бизнес - планы создания и развития существующих и новых предприятий (направлений деятельности, продуктов) и оценивать их эффективность	ПКР-2.4	Способен выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализирует поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	<p>ПКР-2.4 3-7 Знает Организацию финансово-хозяйственной деятельности экскурсионной организации (подразделения)</p> <p>ПКР-2.4 3-8 Знает Организацию маркетинговой и рекламной деятельности экскурсионной организации (подразделения)</p> <p>ПКР-2.4 У-2 Умеет Определять перспективные направления деятельности экскурсионной организации (подразделения)</p>

* Дисциплина может формировать компетенцию полностью или частично.

** Должно соответствовать Приложению 1 к образовательным программам

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Очная форма обучения

Общий объем дисциплины:

3 з.е., 108 ак. час.

Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий: 40 ак. часов на контактную работу с преподавателем, их них 16 ак. часов на лекции и 24 ак. часов на практические занятия, 59 ак. часов на самостоятельную работу обучающихся.

Заочная форма обучения

Общий объем дисциплины:

3 з.е., 108 ак. часов

Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий: 8 ак. часов на контактную работу с преподавателем, их них 4 ак. часов на лекции и 4 ак. часов на практические занятия 4 ак. часа на консультацию, 96 ак. часа на самостоятельную работу обучающихся, 4 ак. часа на контроль.

Учебная дисциплина Б1.В.ДЭ.02.02 «Интернет-технологии рекламы и связей с общественностью в туризме» входит в вариативную часть (часть, формируемая участниками образовательных отношений) относится к дисциплинам по выбору (ДВ) Блок 1 «Дисциплины (модули)» основной образовательной программы.

Целями освоения дисциплины Б1.В.ДЭ.02.02 «Интернет-технологии рекламы и связей с общественностью в туризме» являются сформировать у обучающихся систему навыков проведения эффективной PR-коммуникации в различных сферах с применением современных рекламных и PR-технологий.

Изучение данной дисциплины базируется на освоении студентами дисциплин Б1.О.21 «Маркетинг в туризме», Б1.О.22 «Брендинг туристских дестинаций».

Дисциплина может реализовываться с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://sziu-de.ganepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

Дисциплина читается на 4 курсе 7 семестре по очной и заочной форме обучения.

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – зачет с оценкой.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Очная

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕ ГО	Объем дисциплины, ак.час											Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий							Самостоятельная работа					
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)			СРкр	СРэк	СР			
			Занятия лекционн ого типа		Занятия семинар ского типа		ИК	КСР	КЭ				Кат тэк		К о н т р о л ь
Л	ВЛ	ЛР	ПЗ												
Тема 1	Технологии связей с общественностью в социальной (некоммерческой сфере): фандрайзинг и краудсорсинг	33	5	0	0	8	0	0	0	0	0	0	0	20	Доклад
Тема 2	Инструменты формирования государственного имиджа	33	5	0	0	8	0	0	0	0	0	0	0	20	Доклад

	страны на международном уровне													
Тема 3	PR-технологии в различных сферах: здравоохранение, образование, массовая коммуникация, туризм и корпоративная культура	33	6	0	0	8	0	0	0	0	0	0	19	Групповое задание
Промежуточная аттестация		9								9				Зачет с оценкой
Итого		108	16	0	0	24	0	0	0	9	0	0	59	

Заочная

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВС ЕГ О	Объем дисциплины, ак.час											Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий							Самостоятельная работа					
			Период теоретического обучения					Период промежуточной аттестации (сессия)		СРкр	СРэк	СР			
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ				Кат тэк		К о н т р о л ь
Л	ВЛ	ЛР	ПЗ												
Тема 1	Технологии связей с общественностью в	35	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	32	Доклад

	социальной (некоммерческой сфере): фандрайзинг и краудсорсинг														
Тема 2	Инструменты формирования государственного имиджа страны на международном уровне	34	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	32	Доклад
Тема 3	PR-технологии в различных сферах: здравоохранение, образование, массовая коммуникация, туризм и корпоративная культура	35	1	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	32	Групповое задание
Промежуточная аттестация		4								4					Зачет с оценкой
Итого		108	4	0	0	4	0	0	0	4	0			96	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Технологии связей с общественностью в социальной (некоммерческой сфере): фандрайзинг и краудсорсинг

Понятие о социальной (некоммерческой) сфере, специфика организации эффективной PR коммуникации в ней. Работа с некоммерческими организациями, благотворительными фирмами и т.д. Технологии фандрайзинга и краудсорсинга: способы взаимодействия с аудиторией (частными лицами, малым и крупным бизнесом, государством и властными органами). Инструменты фандрайзинга. Проектная деятельность по привлечению инвестиций в социальную сферу

Тема 2. Инструменты формирования государственного имиджа страны на международном уровне

Понятие об имидже государства. Государственный PR России на международной арене. Целевая аудитория государственного PR. Инструменты формирования имиджа государства. 3 измерения имиджа по отношению к государству. Современное состояние внешнего государственного PR России. Имидж России и российского бизнеса. Установки для улучшения имиджа. Понятие о брендинге страны. Интеллектуальное обеспечение избирательной кампании и личный PR политического лидера. Стратегии предвыборной кампании. Подбор и адаптация избирательных технологий по продвижению кандидата. Подбор и адаптация технологий, направленных против оппонентов. Анализ стратегических и тактических действий оппонентов. Разработка технологий взаимодействия со СМИ. Составляющие имиджа. Ядро имиджа.

Тема 3. PR-технологии в различных сферах: здравоохранение, образование, массовая коммуникация, туризм и корпоративная культура

Специфика оценки эффективности PR деятельности, критерии оценки эффективности PR, своеобразие работы традиционных медиа и социальных медиа в сфере здравоохранения и медицины, в сфере образования. Маркетинговые и социальные методы. Digital-технологии в медицине и образовании. Ошибки и сложности в работе официальных сайтов. Анализ российского и зарубежного опыта. Составляющие положительного образа медицинского и образовательного учреждения.

Своеобразие работы специалиста по связям с общественностью в сфере массовых коммуникаций (культура, искусство, спорт). Специфика взаимодействия с целевой аудиторией и средства влияния на нее. Критерии эффективности PR коммуникации в сфере культуры, искусства и спорта. Инструменты взаимодействия с целевой аудиторией. Анализ современных эпизодов из российской и мировой практики.

Понятие о продвижении территорий посредством туризма, ресторанного и гостиничного бизнеса. Анализ аудитории для проведения PR-коммуникаций. Традиционные и digital-технологии в сфере туризма, ресторанного и гостиничного бизнеса. Ведущие принципы и параметры работы специалиста по связям с общественностью в сфере туризма, ресторанного и гостиничного бизнеса.

Понятие о корпоративной культуре, инструментах ее формирования. Основные направления работы специалистов по связям с общественностью во внутренней среде организации. Понятие о кризисе в PR. Организация работы антикризисного управления. Анализ современных эпизодов из российской и мировой практики.

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.В.ДЭ.02.02 «Интернет-технологии рекламы и связей с общественностью в туризме» входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4). 	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько 	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с

<p>правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</p>		<p>правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).</p>	<p>позициями другого)</p>
<p>Задание закрытого типа на установление последовательности</p>	<p>Прочитайте текст и установите последовательность</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БАА или 135).</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр</p>
<p>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</p>	<p>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы,</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа</p>

		обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ 	<p>Ответ считается верным:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
85-94			B	P/ Passed
75-84	Хорошо		C	P/ Passed
65-74			D	P/ Passed
55-64			E	P/ Passed
0-54	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

5.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания контрольным точкам):

Д- доклад; ГЗ – групповое задание

Тема 1. Технологии связей с общественностью в социальной (некоммерческой сфере): фандрайзинг и краудсорсинг

Темы для подготовки докладов:

1. Роль социальных медиа в фандрайзинге для некоммерческих организаций.
2. Эффективные стратегии краудсорсинга для социальных проектов.
3. Анализ успешных кейсов фандрайзинга в России и за рубежом.
4. Влияние общественного мнения на фандрайзинговые кампании.
5. Инновационные подходы к краудсорсингу: от идеи до реализации.

Тема 2. Инструменты формирования государственного имиджа страны на международном уровне

Темы для подготовки докладов:

1. Роль культурной дипломатии в формировании имиджа государства.
2. Использование цифровых технологий для продвижения имиджа страны.
3. Как международные события влияют на государственный имидж.
4. Примеры успешных PR-кампаний для формирования имиджа стран.
5. Влияние внешней политики на имидж государства.

Тема 3. PR-технологии в различных сферах: здравоохранение, образование, массовая коммуникация, туризм и корпоративная культура

Групповое задание

1. Создание PR-кампании: Разработать и представить PR-кампанию для некоммерческой организации, используя фандрайзинг и краудсорсинг. Учитывайте целевую аудиторию и каналы коммуникации.
2. Анализ имиджа: Провести анализ имиджа выбранной страны на международной арене и разработать рекомендации по его улучшению с использованием инструментов PR.

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ - 1	100	0,4	40
КТ - 2	100	0,2	20
Итого:	x	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ X
Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ-1.

Тема 1, Тема 2

Доклад

КТ-2

Тема 3

Групповое задание

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

Критерии оценивания Доклада

Содержание и раскрытие темы	0-20	Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами
Грамотность изложения	0-20	Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации
Стилистика	0-20	Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность
Логика изложения	0-20	Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы
Оригинальность	0-20	Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора
Итого максимально:	100	

Критерии оценивания Группового задания

Содержание выступления:	0-20	<ul style="list-style-type: none">- Глубина анализа темы.- Ясность и логичность представления идей.- Примеры и аргументы, подтверждающие основные положения.
Уровень подготовки:	0-20	<ul style="list-style-type: none">- Обоснованность выводов.- Знание материала и способность отвечать на вопросы.- Использование дополнительных источников и литературы.
Командная работа	0-20	<ul style="list-style-type: none">- Согласованность и взаимодействие между участниками команды.- Равномерное распределение ролей и задач в группе.- Поддержка и вовлеченность всех участников в обсуждение.
Степень вовлеченности в дискуссию	0-20	<ul style="list-style-type: none">- Активность в задавании вопросов и комментировании.- Умение аргументированно выражать свою точку зрения.- Открытость к мнению других участников и готовность к диалогу.
Формат и презентация	0-20	<ul style="list-style-type: none">- Качество визуальных материалов (если используются).- Четкость и выразительность речи.- Соблюдение отведенного времени на выступление.
Итого максимально:	100	

6.Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация (зачет с оценкой) осуществляется в устной форме, Обучающийся получает билет с вопросами в которых содержится 2 вопроса. Необходимо дать ответ в устной форме.

Вопросы для проведения зачета с оценкой

Изложите теоретические основы по данной теме и обоснуйте (аргументируйте и продемонстрируйте) свое отношение к данной теме (на конкретном примере):

1. Особенности технологии и технологизации рекламной деятельности и связей с общественностью
2. Характерные признаки и критерии PR-технологии
3. Разработка этапов PR- технологий
4. Особенности радио, телевидения и печатных СМИ как каналов коммуникации. Сравнительный анализ
5. Характеристика и возможные области применения базовых инструментов PR-технологий: бенчмаркинг
6. Характеристика и возможные области применения базовых инструментов PR-технологий: LifePlacement
7. Характеристика и возможные области применения базовых инструментов PR-технологий: сторителлинг
8. Характеристика и возможные области применения базовых инструментов PR-технологий: слухи в PR-кампаниях организаций
9. Характеристика и возможные области применения базовых инструментов PR-технологий: управление толпой как инструмент PR
10. Характеристика и возможные области применения базовых инструментов PR-технологий: проведение имидж-ивентов в контексте PR-сопровождений
11. Переговорный процесс как коммуникационная технология
12. Элементы модели методологической экспертизы презентаций PR-практик
13. Системное описание модели PR-технологии
14. Особенности политических манипуляций в современном мире
15. Эффективность использования партиями и политическими лидерами виртуального пространства
16. Инструменты, используемые в соц. сетях для позиционирования партий или политических лидеров
17. Невербальный язык кандидатов в избирательной кампании
18. СМИ как субъект политического процесса и инструмент политических технологий
19. E-mail маркетинг
20. Понятие рекламного баннера в сети интернет. Виды баннеров, выполняемые ими функции. Оценка эффективности баннера
21. Неэтичные методы рекламы в сети Интернет. Спам. Обман поисковых систем
22. Неэтичные методы рекламы в сети Интернет. Накрутка цитируемости. Накрутка счетчиков. Накрутка посещаемости.
23. Проблема и методология оценки эффективности рекламных и PR-кампаний в сети Интернет.
24. Использование технологий баз данных в работе специалиста по рекламе и связям с общественностью

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

ТИП ЗАДАНИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором	1. Внимательно прочитать текст задания и понять,	1. Какой из следующих методов является наиболее эффективным для продвижения туристических услуг в

<p>одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных</p>	<p>что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например: 1-а; 2-б; 3-а)</p>	<p>интернете? - А) Реклама в печатных изданиях - В) Email-маркетинг - С) Контекстная реклама - D) Устное распространение информации</p> <p>2. Какой из следующих инструментов используется для анализа эффективности рекламных кампаний в интернете? - А) Google Analytics - В) Microsoft Word - С) Adobe Photoshop - D) Skype</p> <p>3. Какой из следующих социальных медиа является наиболее популярным среди туристов для поиска информации о путешествиях? - А) LinkedIn - В) Facebook - С) Twitter - D) Instagram</p> <p>4. Какой из следующих форматов рекламы считается наиболее привлекательным для молодежной аудитории? - А) Билборды - В) Видео-реклама - С) Радиореклама - D) Реклама на автобусах</p>																
<p>Задание закрытого типа на установление соответствия</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в</p>	<p>1. Установите соответствие между типами рекламы и их характеристиками:</p> <table border="1" data-bbox="778 1332 1528 1697"> <thead> <tr> <th>Тип рекламы</th> <th>Характеристика</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>А) Контекстная реклама</td> <td>1) Реклама, основанная на интересах пользователя</td> </tr> <tr> <td>В) Социальные медиа-реклама</td> <td>2) Реклама, размещаемая на социальных платформах</td> </tr> <tr> <td>С) Banner-реклама</td> <td>3) Графические объявления на веб-сайтах</td> </tr> <tr> <td>Д) Email-маркетинг</td> <td>4) Прямое общение с клиентами через электронную почту</td> </tr> </tbody> </table> <p>2. Установите соответствие между целями рекламы и их описаниями:</p> <table border="1" data-bbox="778 1848 1528 2056"> <thead> <tr> <th>Цель рекламы</th> <th>Описание</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>А) Увеличение продаж</td> <td>1) Создание осведомленности о бренде</td> </tr> <tr> <td>В) Повышение узнаваемости</td> <td>2) Стимулирование покупок</td> </tr> </tbody> </table>	Тип рекламы	Характеристика	А) Контекстная реклама	1) Реклама, основанная на интересах пользователя	В) Социальные медиа-реклама	2) Реклама, размещаемая на социальных платформах	С) Banner-реклама	3) Графические объявления на веб-сайтах	Д) Email-маркетинг	4) Прямое общение с клиентами через электронную почту	Цель рекламы	Описание	А) Увеличение продаж	1) Создание осведомленности о бренде	В) Повышение узнаваемости	2) Стимулирование покупок
Тип рекламы	Характеристика																	
А) Контекстная реклама	1) Реклама, основанная на интересах пользователя																	
В) Социальные медиа-реклама	2) Реклама, размещаемая на социальных платформах																	
С) Banner-реклама	3) Графические объявления на веб-сайтах																	
Д) Email-маркетинг	4) Прямое общение с клиентами через электронную почту																	
Цель рекламы	Описание																	
А) Увеличение продаж	1) Создание осведомленности о бренде																	
В) Повышение узнаваемости	2) Стимулирование покупок																	

	зависимости от задания) вариантов ответа (например: 1c;2a;3g;4d;5f;6b;7e)	C) Информирование 3) Предоставление информации о новом продукте D) Установление контакта 4) Сбор отзывов от клиентов
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1; 3; 4; 5 и A; C; D)	1. Какие из следующих инструментов могут использоваться для повышения видимости туристического бизнеса в интернете? (Выберите все подходящие варианты) - A) SEO - B) Контекстная реклама - C) Печатная реклама - D) Социальные медиа 2. Какие из следующих метрик важны для оценки успеха онлайн-рекламной кампании? (Выберите все подходящие варианты) - A) CTR (Click-Through Rate) - B) Конверсия - C) Количество лайков в социальных сетях - D) Количество подписчиков на YouTube
Задание закрытого типа на установление последовательности	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности: например, F; N; K; I; E; B	1. Установите последовательность шагов в процессе создания рекламной кампании в интернете: 1. Анализ целевой аудитории 2. Определение целей кампании 3. Создание рекламных материалов 4. Запуск кампании 2. Установите последовательность действий для оптимизации сайта для поисковых систем: 1. Исследование ключевых слов 2. Оптимизация контента 3. Построение ссылок 4. Анализ результатов
Задание комбинированного типа с выбором одного	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только	1. Какой из следующих методов является наиболее эффективным для продвижения туристического бизнеса в интернете? Обоснуйте свой выбор. - A) SEO - B) Реклама в печатных изданиях

<p>правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</p>	<p>один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа: например, 1 – 3; 2 – В</p>	<p>- С) Сарафанное радио</p> <p>2. Какой из следующих инструментов лучше всего подходит для сбора обратной связи от клиентов? Обоснуйте свой выбор.</p> <ul style="list-style-type: none"> - А) Социальные медиа - В) Email-рассылки - С) Опросы на сайте
<p>Задание открытого типа с развернутым ответом</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ</p>	<p>1. Опишите, как социальные медиа влияют на выбор туристов при планировании поездок. Приведите примеры.</p> <p>2. Объясните, как SEO может помочь в продвижении туристического бизнеса. Какие основные аспекты следует учитывать?</p> <p>3. Проанализируйте, как реклама в интернете изменила способы взаимодействия туристических компаний с клиентами. Приведите примеры успешных кампаний.</p> <p>4. Рассмотрите роль контент-маркетинга в привлечении туристов. Какой контент наиболее эффективен и почему?</p>

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС

Критерии и балльная шкала определяются преподавателем

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
<p><i>Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок</i></p>	<p>40</p>
<p><i>Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент</i></p>	<p>20-30</p>

<i>демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.</i>	
<i>Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.</i>	10-20
<i>Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.</i>	0-10

7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)

Подготовка к лекциям.

Главное в период подготовки к лекционным занятиям – научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы. В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Каждому обучающемуся следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтрашний день. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

Самостоятельная работа на лекции.

Слушание и запись лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность обучающегося. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Лучше если они будут собственными, чтобы не приходилось просить их у однокурсников и тем самым не отвлекать их во время лекции. Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями.

Подготовка к практическим занятиям.

Подготовку к каждому практическому занятию каждый обучающийся должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений обучающемуся необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или 10 письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса. Результат такой работы должен проявиться в способности обучающегося свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура практического занятия:

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы может практическое занятие состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме – дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть – обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний обучающихся. Примерная продолжительность — до 15 минут. Вторая часть — выступление обучающихся с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Обязательный элемент доклада – представление и анализ статистических данных, обоснование социальных последствий любого экономического факта, явления или процесса. Примерная продолжительность — 20-25 минут. После докладов следует их обсуждение – дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность – до 15-20 минут. Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность – 15-20 минут. Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Обучающимся должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность — 5 минут.

Работа с литературными источниками.

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем, что позволяет обучающимся проявить свою индивидуальность в рамках

выступления на занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература.

1. Ветитнев, А. М. Информационные технологии в туристской индустрии : учебник для вузов / А. М. Ветитнев, В. В. Коваленко, В. В. Коваленко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 340 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07375-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490903>
2. Гуриков, С. Р. Интернет-технологии : учебное пособие / С.Р. Гуриков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 174 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1044018. - ISBN 978-5-16-016517-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1044018> (дата обращения: 15.04.2022). – Режим доступа: по подписке.
3. Дурович, Александр Петрович. Организация туризма : учебное пособие / А.П. Дурович. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2021. - 320 с. - Текст: электронный. - URL: <https://ibooks.ru/products/377439>.
4. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489534>
5. Котанс, А. Я. Технология социально-культурного сервиса и туризма [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. Я. Котанс. — 3-изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2023 - 384 с. — ISBN 978-5-9765-0803-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1047983>
6. Лысикова, О. В. Имиджелогия и паблик рилейшнз в социокультурной сфере [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. В. Лысикова, Н. П. Лысикова. — 3-изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2021.-168 с.. — ISBN 978-5-89349-853-0. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1048009>
7. 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>

8.2. Дополнительная литература

1. Ветитнев, А. М. Информационные технологии в туристской индустрии : учебник для вузов / А. М. Ветитнев, В. В. Коваленко, В. В. Коваленко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 340 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07375-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490903>
2. Гуриков, С. Р. Интернет-технологии : учебное пособие / С.Р. Гуриков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 174 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1044018. - ISBN 978-5-16-016517-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1044018> (дата обращения: 15.04.2022). – Режим доступа: по подписке.
3. Дурович, Александр Петрович. Организация туризма : учебное пособие / А.П. Дурович. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2021. - 320 с. - Текст: электронный. - URL: <https://ibooks.ru/products/377439>.

4. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489534>
5. Котанс, А. Я. Технология социально-культурного сервиса и туризма [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. Я. Котанс. — 3-изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2019. - 384 с. - ISBN 978-5-9765-0803-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1047983>
6. Лысикова, О. В. Имиджелогия и паблик рилейшнз в социокультурной сфере [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. В. Лысикова, Н. П. Лысикова. — 3-изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2019.-168 с.. - ISBN 978-5-89349-853-0. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1048009>
7. 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>

8.3. Нормативные правовые документы.

Не предусмотрено.

8.4. Интернет-ресурсы

Обучающимся обеспечен доступ к материалам курса в СДО Академии <http://lms.ranepa.ru>, а также через сайт научной библиотеки <https://szu-lib.ranepa.ru/> к следующим подписным электронным ресурсам:

Русскоязычные ресурсы.

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. Электронная библиотечная система iBooks.ru. Учебники и учебные пособия для университетов России. <https://ibooks.ru/>
2. Электронная библиотечная система «Лань». Коллекции книг ведущих издательств учебной и научной литературы, а также издания российских вузов по основным отраслям знаний. <https://e.lanbook.com>
3. Электронная библиотечная система «IPR Smart» - более 10 000 учебников, учебных пособий, монографий и научных изданий по всем отраслям знаний. <https://iprbooks.ru>
4. Электронная библиотечная система «Юрайт» - полные тексты учебников по праву, экономике, общественным наукам, иностранным языкам. <https://urait.ru>
5. Электронная библиотечная система «Znaniium» - полные тексты учебников по юриспруденции, экономике, естественным и общественным наукам. Ядро фонда – литература холдинга ИНФРА-М. <https://znaniium.com>
6. Электронная библиотечная система «Book.ru» - полные тексты учебников по юриспруденции, психологии, педагогике, экономике,

информационным технологиям, естественным и общественным наукам.
<https://www.book.ru>

Периодические издания:

- Научно-практические статьи Электронной библиотеки «Grebennikon» Издательского дома «Библиотека Гребенникова»
- Статьи из периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам компании «Ивис»
- Научная электронная библиотека eLibrary.ru - Крупнейшая база данных российской периодики с наукометрическими инструментами и базой для анализа научной деятельности (РИНЦ).

Англоязычные ресурсы

- *EBSCO eBook Collection* – коллекция включает в себя 68 изданий, приобретенных «в вечное пользование», а также более 2000 книг, получаемых институтом по национальной подписке РЦНИ. Коллекция охватывает широкий спектр тем по различным областям знаний, таким как социально-гуманитарные науки, маркетинг, финансы, управление и предпринимательство и др.;
- Sage eBook Collections - это более 4 700 монографий и справочников по различным областям знаний: бизнес, психология, криминология и уголовное право, образование, СМИ и коммуникация, политика и международные отношения, социология и др. Содержит полные тексты. Глубина архива: 1984-2021 гг.
- *Springer Link* - полнотекстовые политематические базы академических журналов. Представлено более 70 000 электронных книг Springer, включая монографии, справочники и труды конференций.
- *Wiley* - доступны выпуски 1500 академических журналов разных профилей, изданных Wiley Periodicals в 2015–2019 гг.
- *OECD iLibrary* – библиотека Организации экономического сотрудничества и развития, содержащая статистические данные, рабочие документы, отчеты. Доступны материалы до 2022 года.

9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Курс включает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

*Компьютерные и информационно-коммуникативные средства.
Технические средства обучения*

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций.
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами.
3.	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV.
4	Мультимедийные (цифровые) инструменты и образовательные ресурсы, обучающие программы по предмету, пакеты программного обеспечения общего назначения (текстовые редакторы, графические редакторы).
5	Система тестирования качества знаний обучающихся.
6	Программа «Антиплагиат»