

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич  
Должность: и.о. ректора  
Дата подписания: 09.04.2024 15:48:01  
Уникальный программный ключ:  
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«ТОМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**УТВЕРЖДАЮ**

Заместитель директора по УМР  
ИСОУ

\_\_\_\_\_ Т.А. Харитонова  
«23» июня 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

дисциплины: Реклама и PR в гостиничном и туристическом бизнесе


направление подготовки: 43.03.03 Гостиничное дело

направленность (профиль): Индустрия гостеприимства и туризма

форма обучения: очная, заочная

Рабочая программа разработана для обучающихся по направлению подготовки 43.03.03  
Гостиничное дело, направленность (профиль): Индустрия гостеприимства и туризма.

Рабочая программа рассмотрена  
на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

Заведующий кафедрой  М.Л. Белоножко

Рабочую программу разработал:

Г.И. Герасимова, профессор кафедры МиМУ, д.с.н., доцент



## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

**Цели дисциплины:** изучение принципов, методов и функций рекламы и связей с общественностью (PR) в сфере организации туризма и гостиничного бизнеса, освоение технологий организации коммуникативных кампаний и способов формирования благоприятного имиджа и положительного общественного мнения туристического и гостиничного продукта.

**Основными задачами изучения курса являются:**

1. Ознакомиться с основными понятиями рекламной и PR-деятельности;
2. Охарактеризовать процессы рекламы и PR в отрасли;
3. Обосновать принципы и функции рекламы и PR в системе организации гостиничного и туристического бизнеса;
4. Раскрыть содержание рекламных и PR-технологий формирования благоприятного имиджа и репутации отрасли;
5. Освоить практические навыки создания рекламных и PR-продуктов в сфере гостиничного и туристического бизнеса.
6. Научиться использовать коммуникативные практики формирования позитивного общественного мнения.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Реклама и PR в гостиничном и туристическом бизнесе» относится к дисциплинам Блока 1, части, формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины 3 (ЭД.3.)).

Для полного усвоения данной дисциплины обучающиеся должны знать следующие дисциплины: «Маркетинг»; «Маркетинговые исследования в индустрии гостеприимства»; «Методы продвижения и продажи гостиничных и туристических услуг».

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

**Знание:**

- нормативных правовых актов, регулирующих маркетинговую деятельность;
- методов проведения маркетингового исследования;
- основ менеджмента;
- конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг;
- методики расчета показателей прибыли, эффективности и издержек производства.

**Умения:**

- применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации;
- определять маркетинговые инструменты для проведения маркетингового исследования;
- проводить маркетинговые исследования разных типов;
- систематизировать и обобщать первичную и вторичную маркетинговую информацию;
- создавать отчеты по результатам маркетингового исследования.

**Владение:**

- навыками подготовки и проведения маркетингового исследования;
- навыками поиска первичной и вторичной маркетинговой информации и анализа конъюнктуры рынка товаров и услуг;
- методиками расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства.

Содержание дисциплины «Реклама и PR в гостиничном и туристическом бизнесе» служит основой для выполнения ВКР.

## 3. Результаты обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
ПКС-5. Способен проводить маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПКС-5.1. Применяет основные методы, способы и средства получения и переработки информации для решения профессиональных задач.	Знает З.1. Основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации Умеет У.1. находить и анализирует необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа Владеет В.1. навыками проведения анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке гостиничных услуг
	ПКС-5.2. Использует методы и инструменты маркетингового исследования рынка	Знает З.2. методы проведения маркетингового исследования Умеет У.2. составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования Владеет В.2. навыками подготовки отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований

#### 4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 4зачетные единицы, 144 часа.

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Контроль, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия			
1	2	3	4	5	6	7	8
очная	4/8	18	28	-	62	36	экзамен
заочная	5/9	10	12	-	113	9	экзамен

#### 5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины.  
очная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.1

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС час.	Все гоч ас.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр	Лаб				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Информационная составляющая в рекламе и связях с общественностью	6	10	-	20	36	ПКС-5.1, ПКС-5.2	Вопросы к устному/письменному опросу, презентации (приложение 1)
2	2	Технологии рекламы и связей с общественностью	6	10	-	20	36	ПКС-5.1, ПКС-5.2	Вопросы к устному/письменному опросу, презентации (приложение 2)
3	3	Организация коммуникативных кампаний и специальных мероприятий	6	8	-	22	36	ПКС-5.1, ПКС-5.2	Вопросы к устному/письменному опросу, презентации, тест (приложение 3)
4	Экзамен		-	-	-	36	36	ПКС-5.1, ПКС-5.2	Вопросы к экзамену (приложение 4)
Итого			18	28	-	98	144	X	X

### Заочная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.2

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС час.	Всего ч.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Информационная составляющая в рекламе и связях с общественностью	2	4	-	38	44	ПКС-5.1, ПКС-5.2	Вопросы к устному/письменному опросу, презентации (приложение 1)
2	2	Технологии рекламы и связей с общественностью	4	4	-	38	46	ПКС-5.1, ПКС-5.2	Вопросы к устному/письменному опросу, презентации (приложение 2)
3	3	Организация коммуникативных кампаний и специальных мероприятий	4	4	-	37	45	ПКС-5.1, ПКС-5.2	Вопросы к устному/письменному опросу, презентации, тест (приложение 3)
4	Экзамен		-	-	-	9	9	ПКС-5.1, ПКС-5.2	Вопросы к экзамену (приложение 4)
Итого			10	12	-	122	144	X	X

**Очно-заочная форма обучения (ОЗФО) - не реализуется**

### 5.2. Содержание дисциплины.

#### 5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

##### Раздел 1.

Стратегия и тактика использования СМИ в деятельности по рекламе и связям с общественностью (PR). Медиапланирование. Функции и задачи в работе со СМИ. Правила разработки пресс-релизов и медиadoкументов. Тексты и материалы по рекламе и связям с

общественностью для СМИ. Оперативные рабочие информационные документы. Интернет-коммуникации и работа в социальных сетях. Коммуникационный аудит и ситуационный анализ.

### Раздел 2.

Классификация рекламных и PR-технологий. Принципы реализации технологий. Процедурные технологии. Спичрайтинг и нейминг как технологии. Техники публичного выступления. Методология оценки аудитории. Значение невербальных/визуальных коммуникаций в процессе выступления. Средства управления вниманием аудитории и аргументация. Технологии имиджмейкинга и спонсоринга. Фирменный стиль и корпоративная культура. Технологии создания полиграфической продукции.

### Раздел 3.

Организация и проведение коммуникативной кампании(КК). Структура, принципы и основные этапы КК. Определение целевой аудитории КК. Стратегия и тактика планирования кампании. Особенности ресурсного и бюджетного планирования КК. Кампания в интернете и социальных сетях. Методы оценки эффективности КК. Организация специальных событий. Общие принципы и подходы к организации специальных мероприятий. Участники специальных мероприятий. Классификация и характеристика специальных мероприятий: дни открытых дверей, приёмы, презентации, конференции, семинары, круглые столы, выставки, ярмарки, фестивали, праздники.

## 5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

### Лекционные занятия

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3		5	6
1	1. Информационная составляющая в рекламе и связях с общественностью	6	2	-	1. Стратегия и тактика использования СМИ в деятельности по рекламе и связям с общественностью (PR).
					2. Медиапланирование.
					3. Функции и задачи в работе со СМИ.
2	2. Технологии рекламы и связей с общественностью	6	4	-	4. Классификация рекламных и PR-технологий.
					5. Спичрайтинг и нейминг как технологии.
					6. Подготовка публичного выступления.
3	3. Организация коммуникативных кампаний и специальных мероприятий	6	4	-	7. Организация и проведение коммуникативной кампании (КК).
					8.Определение целевой аудитории КК.
					9. Стратегия и тактика планирования кампании, оценка эффективности .
Итого:		18	10	X	

### Практические занятия

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практических занятий
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3		5	6
1	1. Информационная составляющая в рекламе и связях с общественностью	10	4	-	1. Стратегия и тактика использования СМИ в деятельности по рекламе и связям с общественностью (PR).
					2. Медиапланирование.

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практических занятий
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3		5	6
					3. Функции и задачи в работе со СМИ.
					4. Правила разработки пресс-релизов и медиadoкументов.
					5. Интернет-коммуникации и работа в социальных сетях
2	2. Технологии рекламы и связей с общественностью	10	4	-	6. Классификация рекламных и PR-технологий.
					7. Спичрайтинг и нейминг как технологии.
					8. Подготовка и техники публичного выступления.
					9. Технологии имиджмейкинга и спонсоринга.
					10. Фирменный стиль и корпоративная культура
					11. Технологии создания полиграфической продукции.
3	3. Организация коммуникативных кампаний и специальных мероприятий	8	4	-	12. Организация и проведение коммуникативной кампании (КК).
					13. Определение целевой аудитории КК.
					14. Стратегия и тактика планирования кампании, оценка эффективности .
					15. Кампания в интернете и социальных сетях.
Итого:		28	12	X	

**Лабораторные работы - не предусмотрены.**

### Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОФО		
1	2	3	4	5	6	7
1	1	20	38	-	Информационная составляющая в рекламе и связях с общественностью	Подготовка к устному/письменному опросу, презентации
2	2	20	38	-	Технологии рекламы и связей с общественностью	Подготовка к устному/письменному опросу, презентации
3	3	22	37	-	Организация коммуникативных кампаний и специальных мероприятий	Подготовка к устному/письменному опросу, презентации, тесту
4	1-3	36	9	-	Экзамен	Подготовка к экзамену
Итого:		98	113	X	X	X

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекции);
- работа в малых группах (практические занятия).
- дискуссия в ходе опросов.

## 6. Тематика курсовых работ/проектов: не предусмотрены

### 7. Контрольные работы

У обучающихся заочной формы обучения контрольные работы предусмотрены в 9 семестре.

#### 7.1 Методические указания для выполнения контрольных работ

7.1. Методические указания для выполнения контрольных работ.

Контрольная работа: методические рекомендации по выполнению контрольных работ для обучающихся всех направлений подготовки (уровень бакалавриата) заочной формы обучения / сост. С.С. Ситёва, отв. редактор Белоножко М.Л.; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2020. – 22 с.

7.2. Тематика контрольных работ.

1. Особенности разработки и проведения PR-кампаний.
2. Функции имиджа в гостиничном бизнесе.
3. Структура корпоративного имиджа организации.
4. Особенности взаимодействия предприятий гостиничного бизнеса со СМИ.
5. Базовые PR-документы: содержание и механизм применения.
6. Пресс-релиз: правила составления и размещения.
7. Функциональные обязанности PR-специалиста.
8. Креативные технологии в рекламе и PR.
9. Нормативная база рекламной деятельности.
10. Характер каналов коммуникации для продвижения рекламного и PR-продукта.

### 8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлена в таблице 8.1.

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1 текущая аттестация		
1.1	Устный /письменный опрос	10
1.2	Подготовка презентаций	20
1.3	Подготовка презентаций	20
ИТОГО за первую текущую аттестацию		<b>50</b>
2 текущая аттестация		
2.1	Устный /письменный опрос	10
2.2	Устный /письменный опрос	10
2.3	Подготовка презентаций	20
2.4	Итоговое тестирование	10
ИТОГО за вторую текущую аттестацию		<b>50</b>
		<b>ВСЕГО</b>
		<b>100</b>

8.3. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся заочной формы обучения представлена в таблице 8.2.



Таблица 8.2

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	Устный /письменный опрос	10
2	Подготовка презентаций	20
3	Устный /письменный опрос	10
4	Подготовка презентаций	20
5	Устный /письменный опрос	10
6	Подготовка презентаций	20
7	Итоговое тестирование	10
	<b>ВСЕГО</b>	<b>100</b>

## 9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- Электронный каталог/Электронная библиотека ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>
- Цифровой образовательный ресурс – библиотечная система IPR SMART — <https://www.iprbookshop.ru/>
- Электронно-библиотечная система «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)
- Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com>
- Образовательная платформа ЮРАЙТ [www.urait.ru](http://www.urait.ru)
- Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU <http://www.elibrary.ru>
- Национальная электронная библиотека (НЭБ)
- Библиотеки нефтяных вузов России :
  - Электронная нефтегазовая библиотека РГУ нефти и газа им. Губкина <http://elib.gubkin.ru/>,
  - Электронная библиотека Уфимского государственного нефтяного технического университета <http://bibl.rusoil.net/> ,
  - Библиотечно-информационный комплекс Ухтинского государственного технического университета УГТУ <http://lib.ugtu.net/books>
  - Электронная справочная система нормативно-технической документации «Технорматив»
  - ЭКБСОН- информационная система доступа к электронным каталогам библиотек сферы образования и науки

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства:

1. Microsoft Office Professional Plus;
2. Microsoft Windows

## 10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

**Обеспеченность материально-технических условий реализации ОПОП ВО**

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
1	2	3	4
1	Реклама и PR в гостиничном и туристическом бизнесе	<p>Лекционные занятия: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации, Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран.</p> <p>Практические занятия: Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практические, лабораторные занятия); групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации. Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран.</p>	<p>625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д.70</p> <p>625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д.70</p>

**11. Методические указания по организации СРС****11.1. Методические указания по подготовке к практическим занятиям.**

На практических занятиях обучающиеся знакомятся с содержанием задания, изучают методику и выполняют письменную работу в формате практического задания. Для эффективной работы, обучающиеся должны иметь соответствующие канцелярские принадлежности, конспект лекций. В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающиеся могут прибегать к консультациям преподавателя.

Задания для выполнения на практических занятиях, раздаточный и справочный материал обучающиеся получают индивидуально от преподавателя.

**11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.**

Самостоятельная работа: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для обучающихся всех направлений подготовки (уровень бакалавриата) и форм обучения / сост. С.С. Ситёва, отв. редактор М.Л. Белоножко; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2020. – 16 с.

**Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания**

Дисциплина: Реклама и PR в гостиничном и туристическом бизнесе  
 Код, направление подготовки: 43.03.03 Гостиничное дело  
 Направленность (профиль): Индустрия гостеприимства и туризма

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6	7
ПКС-5. Способен проводить маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПКС-5.1. Применяет основные методы, способы и средства получения и переработки информации для решения профессиональных задач.	Знает З.1. основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации	Не знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации	Демонстрирует отдельные знания основных способов сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации	Демонстрирует достаточные знания основных способов сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации	Демонстрирует исчерпывающие знания основных способов сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации
		Умеет У.1. находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа	Не умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа	Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа, допуская неточности.	Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа	В совершенстве умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа
		Владеет В.1. навыками проведения анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке гостиничных услуг	Не владеет навыками проведения анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке гостиничных услуг	Владеет навыками проведения анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке гостиничных услуг, допуская неточности.	Хорошо владеет навыками проведения анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке гостиничных услуг	В совершенстве владеет навыками проведения анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке гостиничных услуг

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6	7
	ПКС-5.2. Использует методы и инструменты маркетингового исследования рынка	Знает 3.2. методы проведения маркетингового исследования	Не владеет методами проведения маркетингового исследования.	Демонстрирует отдельные знания методов проведения маркетингового исследования.	Демонстрирует достаточные знания методов проведения маркетингового исследования.	Демонстрирует исчерпывающие знания методов проведения маркетингового исследования.
		Умеет У.2. составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования	Не умеет составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования	Умеет составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования, допуская значительные неточности и погрешности.	Умеет составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования, допуская незначительные неточности.	В совершенстве умеет составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования
		Владеет В.2. навыками подготовки отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований	Не владеет навыком подготовки отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований	Владеет навыком подготовки отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований, допуская значительные неточности и погрешности.	Хорошо владеет навыком подготовки отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований	В совершенстве владеет навыком подготовки отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований

## КАРТА

## обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина: Реклама и PR в гостиничном и туристическом бизнесе

Код, направление подготовки: 43.03.03 Гостиничное дело

Направленность (профиль): Индустрия гостеприимства и туризма

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	2	3	4	5	6
1	Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 431 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14532-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/488829">https://urait.ru/bcode/488829</a>	ЭР	25	100	+
2	Алексунин, В. А. Маркетинговые коммуникации: Практикум : учебное пособие / В. А. Алексунин, Е. В. Дубаневич, Е. Скляр. — Москва : Дашков и К, 2020. — 196 с. — ISBN 978-5-394-03541-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/229463">https://e.lanbook.com/book/229463</a>	ЭР	25	100	+
3	Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 191 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08265-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/450596">https://urait.ru/bcode/450596</a>	ЭР	25	100	+
4.	Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07356-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/492677">https://urait.ru/bcode/492677</a>	ЭР	25	100	+

## Лист согласования

Внутренний документ "Реклама и PR в гостиничном и туристическом бизнесе\_2022\_43.03.03\_ИГТБ"

Документ подготовил: Бибик Лариса Николаевна

Документ подписал: Харитоновна Татьяна Александровна

Серийный номер ЭП	Должность	ФИО	ИО	Результат
	Специалист 1 категории		Радичко Диана Викторовна	Согласовано
	Директор	Каюкова Дарья Хрисановна	Ситницкая Любовь Ивановна	Согласовано
	Директор института	Воронин Александр Владимирович	Харитоновна Татьяна Александровна	Согласовано
	Заведующий кафедрой, имеющий ученую степень доктора наук	Белоножко Марина Львовна		Согласовано