

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**
(Финансовый университет)

Новороссийский филиал
Кафедра «Информатика, математика и общегуманитарные науки»

УТВЕРЖДАЮ

Директор филиала

Е.Н. Сейфиева

«29» января 2026 г.

Камбарова Е.А.

PR И GR В УПРАВЛЕНИИ ГОСТИНИЧНЫМ БИЗНЕСОМ

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

43.03.02 «Туризм»

ОП «Туристический и гостиничный бизнес»

Рекомендовано Ученым советом Новороссийского филиала

Финуниверситета

протокол № 32 от 29.01.2026 г.

Новороссийск 2026

Рабочая программа дисциплины «PR и GR в управлении гостиничным бизнесом» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм». Профиль «Туристический и гостиничный бизнес». Форма обучения заочная. – Новороссийск: Финансовый университет, кафедра «Информатика, математика и общегуманитарные науки», 2026. - 35 с.

Рабочая программа учебной дисциплины содержит требования к результатам освоения дисциплины, программу, тематику практических и семинарских занятий и указания по их проведению, формы самостоятельной работы, систему оценивания и учебно-методическое обеспечение дисциплины.

1. Наименование дисциплины

«PR и GR в управлении гостиничным бизнесом»

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Таблица 1

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с компетенциями / индикаторами достижения компетенции
ПКП-2	Способность разрабатывать туристские продукты и туристско-рекреационные проекты, осуществлять их рекламу и продвижение	1. Использует современные технологии разработки туристских продуктов. 2. Применяет современные методы оценки эффективности туристско-рекреационных проектов. 3. Демонстрирует навыки разработки рекламных компаний и продвижения туристских продуктов.	Знать: -основные понятия и классификации туристских продуктов и услуг; - методы анализа потребностей туристов и сегментов рынка туризма; -основы разработки туристского продукта и проектирования туристско-рекреационных проектов с учетом интересов органов власти и местного сообщества; -принципы организации продвижения туристических продуктов и проектов на рынке; -современные методы рекламы и digital-маркетинга в PR и GR. Уметь: - проводить маркетинговые исследования целевых аудиторий туристов и анализировать рынок; - разрабатывать концепции и программы туристического продукта, учитывая потребности потребителей и специфику региона; - создавать эффективные рекламные кампании и мероприятия по продвижению туристических предложений; - работать с современными инструментами онлайн-продвижения и аналитики результатов рекламной активности; - формулировать стратегию развития и управления проектами туристической направленности.
ПКП-4	Способность принимать участие в различных формах социально-ответственного туризма, в том числе экологического, использовать методы регулирования для	1. Демонстрирует знания научных принципов организационного проектирования и управления изменениями, внедрения инновационных проектов согласно концепции устойчивого развития туризма. 2. Формулирует бизнес-идеи и проекты, способствующие развитию социально-	Знать: - основные принципы экологически устойчивого туризма и механизмы социальной ответственности в туризме; - законодательные нормы и международные стандарты, регулирующие туризм с точки зрения экологии и социальных аспектов; -методы оценки воздействия туристических проектов на окружающую среду и местное сообщество;

	достижения устойчивого развития туристских территорий	ответственного туризма в рамках туристских территорий. 3. Демонстрирует навыки построения эффективных коммуникаций с потребителями, партнерами и бизнесом, а также другими заинтересованными сторонами в целях достижения целей стратегического и оперативного управления туристскими территориями.	- принципы управления природоохранными территориями и инструментами экологической сертификации; - современные подходы к вовлечению местного населения в развитие туризма и повышению уровня их благосостояния. Уметь: - оценивать потенциальное воздействие туристических инициатив на экосистемы и местные сообщества; -разрабатывать проекты, направленные на сохранение природных ресурсов и культурного наследия региона; -применять инструменты экологического менеджмента и социального мониторинга в практике туристической деятельности; - создавать программы вовлечения местных жителей в туристический бизнес и популяризацию культурных традиций; -работать с государственными органами и некоммерческими организациями для реализации принципов устойчивого развития в сфере туризма.
--	--	--	--

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «PR и GR в управлении гостиничным бизнесом» входит в предпрофильный профессиональный цикл части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений.

4. Объем дисциплины в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Таблица 2

заочная форма обучения
43.03.02 «Туризм». Профиль «Туристический и гостиничный бизнес»

Вид учебной работы по дисциплине	Семестр 9 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	3 з.е/108 час.
Контактная работа - Аудиторные занятия	24
Лекции	8
Семинары, практические занятия	16
Самостоятельная работа	84
Вид текущего контроля	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации	Зачет

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1 Содержание дисциплины

Тема 1. PR и GR в России и за рубежом

Предмет, цель и задачи курса. Понятие GR. Особенности GR - деятельности в России и за рубежом. Понятие, содержание и нормативное регулирование взаимодействия органов государственной власти и бизнеса. Сравнительный анализ конституционного-правового регулирования вопросов взаимодействия органов публичной власти в РФ и в зарубежных странах. Отечественные и зарубежные модели и механизмы взаимодействия власти и бизнеса.

Понятие, сущность PR. Цели и задачи PR - деятельности. Содержание и нормативно - правовое регулирование PR - деятельности. Виды связей с общественностью. Реклама и PR: сходство и отличия. Связи с общественностью как понятие и объект правового регулирования. Особенности PR – деятельности в России и за рубежом.

Тема 2. Субъекты PR и GR

Субъекты PR-деятельности: PR-агентства, PR-подразделения в организациях, ассоциации специалистов и другие лица или специализированные подразделения, которые занимаются организацией и проведением PR-деятельности; нормотворческие и правоприменяющие субъекты: 1) представительные органы государственной власти, которые формируют общую и специализированную нормативно-правовую базу функционирования PR-деятельности; 2) профессиональные ассоциации и

прочие профессиональные общественные организации, 3) органы исполнительной власти, осуществляющие контроль за соблюдением правовых норм субъектами PR-деятельности и применяющие санкции за нарушения этих норм.

Субъекты GR деятельности: Российская Федерация, субъекты Российской Федерации, муниципальные образования;

юридические лица: понятие, признаки, организационно-правовые формы юридических лиц (Хозяйственные товарищества; Хозяйственные общества; Государственные и муниципальные унитарные предприятия; Потребительский кооператив; Общественные объединения (на примере политических партий). Роль политических партий в обеспечении конструктивного взаимодействия бизнеса и власти: российский и международный опыт. Принципы и функции обеспечения взаимодействия политических партий и государства. Формы взаимодействия государства и политических партий: вовлечение представителей политических партий в работу органов по разработке проектов законодательных и договорных актов; заключение между органами государственной власти и политическими партиями договоров и соглашений о взаимодействии; инициирование политической партией процедуры принятия соответствующего нормативного правового акта; участие политических партий в выработке решений, принимаемых органами государственной власти и органами местного самоуправления в рамках постоянно действующих консультативных органов и др. Государственный контроль за деятельностью политических партий.

Тема 3. Предпринимательство и власть

Предпринимательство в РФ: понятие, сущность, виды. Контроль за осуществлением предпринимательской деятельности. Способы и форма государственного регулирования предпринимательской деятельности. Система требований, предъявляемых к предпринимательской деятельности.

Зарубежные компании: особенности ведения бизнеса. Роль российских и зарубежных компаний в процессе GR-деятельности.

Правовой статус и роль торгово-промышленных палат (ТПП) в совершенствовании правового регулирования отношений власти и бизнеса.

Роль Агентства стратегических инициатив (АСИ) в вопросах взаимодействия власти и бизнеса. Проекты АСИ.

Российский союз промышленников и предпринимателей: цели, задачи, принципы, взаимодействие с властью.

Ведущие национальные и международные объединения специалистов в области связей с общественностью: Российская Ассоциация по связям с общественностью (РАСО), Европейская Конфедерация связей с общественностью (CERP), Международная Ассоциация по связям с общественностью (IPRA), Крупнейшие международные независимые компании и сети агентств в области связей с общественностью.

Специфика PR-деятельности в коммерческой сферах деятельности.

Роль связей с общественностью в некоммерческом секторе. Особенности

взаимодействия некоммерческих организаций со СМИ.

Роль PR в государственной системе. Модели связей с общественностью в государственных организациях.

Понятие конкуренции и методы ее защиты. Понятия товара и товарного рынка. Координация деятельности хозяйствующих субъектов как особый вид антиконкурентного поведения. Согласованные действия хозяйствующих субъектов, ограничивающие конкуренцию. Запреты на осуществление монополистической деятельности. Государственный контроль экономической концентрации.

Тема 4. Правовое поле взаимодействия PR и GR

Государственно-частное партнерство как форма взаимодействия власти и бизнеса. Принципы правового регулирования государственно-частного партнерства. Объекты и субъекты государственно-частного партнерства.

Правовые формы государственно-частного партнерства: концессия; режим особых экономических зон; государственный или муниципальный контракт; договор доверительного управления; инвестиционный фонд РФ; аренда (лизинг); соглашение о разделе продукции; целевые программы; совместные предприятия и др.

Кластерный подход в реализации проектов государственно-частного партнерства.

Государственное регулирование государственно-частного партнерства.

Зарубежный опыт управления государственно-частным партнерством.

Тема 5. Лоббизм в России и за рубежом: правовые основы и политическая практика

Понятия: «лоббистская деятельность», «лоббизм». Вопросы правового регулирования лоббистской деятельности в РФ. Назначение и цели лоббистской деятельности. Государственный аппарат и его деятельность как объект и субъект лоббистской деятельности. Права и обязанности лоббиста. Технологии лоббистской деятельности. Правовые формы лоббистской деятельности. Ответственность за незаконную лоббистскую деятельность. Проблемы правового регулирования лоббистской деятельности. Развитие правового регулирования лоббистской деятельности: перспективы и содержание российской правовой модели лоббизма.

Международный опыт регулирования лоббистской деятельности. Правовое регулирование лоббистской деятельности – опыт США; Германии; Великобритании; Франции; Канады.

Лоббизм и коррупция – проблема отношений власти и бизнеса. Формы проявления коррупции при осуществлении лоббистской деятельности: преступления, проступки, иные действия (бездействие). Правовая основа противодействия коррупции.

Тема 6. Юридическое сопровождение PR – процессов, GR-проектов

Особенности сопровождения PR – процессов. Роль договорных отношений во взаимодействии бизнеса и государственных органов. Договор как основной вид сделки в процессе взаимодействия: понятие и виды сделок,

форма сделок, последствия несоблюдения формы сделки, последствия недействительности сделки.

Заключение, изменение и расторжение договоров. Исполнение обязательств. Обеспечение исполнения обязательств. Ответственность за нарушение обязательств. Прекращение обязательств.

Юридические особенности сопровождения GR проектов.

Тема 7. Правовые формы защиты прав и законных интересов в сфере PR и GR – деятельности

Правовое регулирование ответственности. Понятие юридической ответственности. Виды юридической ответственности: дисциплинарная, гражданско-правовая, административная, уголовная. Общая характеристика видов правонарушений. Гражданское, арбитражное и административное судопроизводство. Альтернативные способы разрешения споров. Права и обязанности сторон при проведении процессуальных действий.

Защита чести, достоинства, деловой репутации. Возмещение убытков и морального вреда.

Право потребителя на возмещение вреда. Особенность гражданско-правовой ответственности за нарушение прав потребителя. Понятие и виды публичной защиты прав потребителей. Порядок судебной защиты прав потребителей.

Ответственность за нарушение авторского права. Виды нарушений авторского права.

Судебный PR: сущность, цели, правовая основа. Инструменты судебного PR.

Тема 8. Труд, государство, бизнес: правовые вопросы взаимодействия

Правовое регулирование трудовых отношений. Основания возникновения, изменения и прекращения трудовых правоотношений. Роль трудового договора в регулировании трудовых отношений.

Социальное партнерство государства, бизнеса и профсоюзов. Российская трехсторонняя комиссия по регулированию социально-трудовых отношений: принципы, цели, задачи. Правовая регламентация статуса и деятельности трехсторонних комиссий на разных уровнях.

Занятость и государственная политика в сфере занятости: роль государственной службы занятости в преодолении безработицы; эффективность системы пособий по безработице; приоритеты государственной политики в области занятости населения. Международный опыт государственной политики в области занятости.

Правовое поведение и ответственность по трудовому законодательству.

5.2 Учебно-тематический план

Таблица 3

№ п/п	Наименование дисциплины	Трудоемкость в часах						Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Аудиторная работа				Самостояте льная работа	
			Общая	Лек- ции	Практичес кие и семинарск ие занятия	Занятия в интеракти вных формах		
1	PR и GR в России и за рубежом.	13	3	1	2	3	10	опрос, дискуссия, доклад, анализ ситуационных задач
2	Субъекты PR и GR – деятельности.	13	3	1	2	1	10	опрос, дискуссия, доклад
3	Предпринимательств о и власть.	13	3	1	2	1	10	опрос, доклад, решение ситуационных задач, анализ судебной практики
4	Правовое поле взаимодействия PR и GR.	13	3	1	2	1	10	опрос, доклад, дискуссия, решение ситуационных задач, анализ судебной практики
5	Лоббизм в России и за рубежом: правовые основы и политическая практика.	13	3	1	2	1	10	опрос, дискуссия, решение ситуационных задач,
6	Юридическое сопровождение PR – процессов, GR-проектов.	13	3	1	2	1	10	опрос, дискуссия, решение ситуационных задач
7	Правовые формы защиты прав и законных интересов в сфере PR и GR – деятельности.	13	3	1	2	1	10	опрос, доклад, дискуссия, анализ судебной практики
8	Труд, государство, бизнес: правовые вопросы взаимодействия.	17	3	1	2	1	14	опрос, решение ситуационных задач, доклад
	В целом по дисциплине	108	24	8	16	10	84	Контрольная работа

5.3 Содержание практических и семинарских занятий

Таблица 4

Наименование дисциплины	темы	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8, 9	Формы проведения занятий
Тема 1. PR и GR в России и за рубежом.		Понятие GR. Особенности GR - деятельности в России. Нормативное регулирование взаимодействия органов государственной власти и бизнеса. Сравнительный анализ конституционного-правового регулирования вопросов взаимодействия органов публичной власти в РФ. Отечественные модели и механизмы взаимодействия власти и бизнеса. Понятие, сущность PR. Нормативно - правовое регулирование PR - деятельности. Особенности PR – деятельности в России. Рекомендуемые источники из раздела 7: 1; 2; 11 – 13; 15 – 20, из раздела 8: 5 - 10	опрос, дискуссия, доклад, анализ ситуационных задач
Тема 2. Субъекты PR и GR - деятельности		Понятие и виды субъектов PR – деятельности. Нормотворческие и правоприменяющие субъекты PR, раскройте содержание. Понятие и виды субъектов GR – деятельности. Понятие и признаки юридического лица. Организационно-правовые формы юридического лица. Формы взаимодействия государства и политических партий: вовлечение представителей политических партий в работу органов по разработке проектов законодательных и договорных актов; заключение между органами государственной власти и политическими партиями договоров и соглашений о взаимодействии; инициирование политической партией процедуры принятия соответствующего нормативного правового акта; участие политических партий в выработке решений, принимаемых органами государственной власти и органами местного самоуправления в рамках постоянно действующих консультативных органов и др. Рекомендуемые источники из раздела 7: 1; 2; 7; 10; 15 - 20 из раздела 8: 2; 3; 5 - 10	опрос, дискуссия, доклад
Тема 3. Предпринимательство и власть.		Предпринимательство в России: понятие, сущность. Правовое регулирование предпринимательской деятельности. Субъекты предпринимательской деятельности. Правовые основы создания и прекращения субъектов предпринимательства. Государственное регулирование предпринимательской деятельности. Формы и способы защиты прав предпринимателей. Рекомендуемые источники из раздела 7: 1; 2; 4; 5; 7 – 10; 12; 15 - 20 из раздела 8: 2; 3; 5 - 10	опрос, доклад, решение ситуационных задач, анализ судебной практики
Тема 4. Правовое поле взаимодействия PR и GR.		Понятие свободы массовой информации. Законодательство «О средствах массовой информации», раскройте содержание. Правовые отношения СМИ с другими субъектами права. Ответственность за нарушение законодательства о средствах массовой информации. Принципы правового регулирования государственно-частного партнерства. Объекты и субъекты государственно-частного партнерства. Правовые формы государственно-частного партнерства: концессия; режим особых экономических зон; государственный или муниципальный контракт; договор доверительного управления; инвестиционный фонд РФ; аренда (лизинг); соглашение о разделе	опрос, доклад, дискуссия, решение ситуационных задач, анализ судебной практики

	продукции; целевые программы; совместные предприятия и др. Государственное регулирование государственно-частного партнерства. Рекомендуемые источники из раздела 7: 1; 2; 6; 15 - 20 из раздела 8: 4 - 10	
Тема 5. Лоббизм в России и за рубежом: правовые основы и политическая практика.	Правовое регулирование лоббистской деятельности в РФ. Цели и задачи лоббистской деятельности. Права и обязанности лоббиста. Правовые формы лоббистской деятельности. Ответственность за незаконную лоббистскую деятельность. Лоббизм и коррупция – проблема отношений власти и бизнеса. Правовая основа противодействия коррупции. Рекомендуемые источники из раздела 7: 1; 14 - 10 из раздела 8: 1; 5 - 10	опрос, дискуссия, решение ситуационных задач,
Тема 6. Юридическое сопровождение PR – процессов, GR-проектов.	Судебный PR: сущность, цели, правовая основа. Инструменты судебного PR. Договор как основной вид сделки. Понятие и виды сделок. Форма сделок. Последствия несоблюдения формы сделки, последствия недействительности сделки. Исполнение обязательств. Обеспечение исполнения обязательств. Ответственность за нарушение обязательств. Рекомендуемые источники из раздела 7: 1; 2; 19; 20 из раздела 8: 5 - 10	опрос, дискуссия, решение ситуационных задач
Тема 7. Правовые формы защиты прав и законных интересов в сфере PR и GR – деятельности.	Понятие юридической ответственности. Виды юридической ответственности: дисциплинарная, гражданско-правовая, административная, уголовная. Защита чести, достоинства, деловой репутации. Возмещение убытков и морального вреда. Право потребителя на возмещение вреда. Особенность гражданско-правовой ответственности за нарушение прав потребителя. Понятие и виды публичной защиты прав потребителей. Порядок судебной защиты прав потребителей. Виды нарушений авторского права. Ответственность за нарушение авторского права. Рекомендуемые источники из раздела 7: 1; 2; 4; 5; 8; 10 – 13; 15 - 20 из раздела 8: 5 - 10	опрос, доклад, дискуссия, анализ судебной практики
Тема 8. Труд, государство, бизнес: правовые вопросы взаимодействия.	Основания возникновения, изменения и прекращения трудовых правоотношений. Социальное партнерство государства, бизнеса и профсоюзов. Российская трехсторонняя комиссия по регулированию социально-трудовых отношений: принципы, цели, задачи. Роль государственной службы занятости в преодолении безработицы. Эффективность системы пособий по безработице. Правовое поведение и ответственность по трудовому законодательству. Рекомендуемые источники из раздела 7: 1 - 5 из раздела 8: 5 - 10	опрос, решение ситуационных задач, доклад

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Таблица 5

Наименование темы (раздела дисциплины)	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1. PR и GR в России и за рубежом.	Особенности GR – деятельности за рубежом. Содержание нормативных – правовых актов регулирующих взаимодействие органов государственной власти и бизнеса. Зарубежные модели и механизмы взаимодействия власти и бизнеса. Проблемы юридического определения связей с общественностью. Содержание нормативно - правового регулирования PR - деятельности. Особенности PR – деятельности за рубежом.	Разбор вопросов по теме занятия из рабочей программы дисциплины. Изучение рекомендованных к занятию правовых актов и литературных источников.
Тема 2. Субъекты PR и GR - деятельности	Классификация субъектов PR – деятельности. Базисный субъект PR, раскройте содержание. Технологический субъект PR, раскройте содержание. Российская Федерация, субъекты Российской Федерации, муниципальные образования как субъекты GR- деятельности. Роль политических партий в обеспечении конструктивного взаимодействия бизнеса и власти: российский и международный опыт. Принципы и функции обеспечения взаимодействия политических партий и государства. Государственный контроль за деятельностью политических партий.	Разбор вопросов по теме занятия из рабочей программы дисциплины. Изучение рекомендованных к занятию правовых актов и литературных источников.
Тема 3. Предпринимательство и власть.	Зарубежные компании: особенности ведения бизнеса. Роль российских и зарубежных компаний в процессе GR-деятельности. Правовой статус и роль торгово-промышленных палат (ТПП) в совершенствовании правового регулирования отношений власти и бизнеса. Роль Агентства стратегических инициатив (АСИ) в вопросах взаимодействия власти и бизнеса. Проекты АСИ. Российский союз промышленников и предпринимателей: цели, задачи, принципы, взаимодействие с властью. Уполномоченный по защите прав предпринимателей: российский и зарубежный опыт. Координация деятельности хозяйствующих субъектов как особый вид антиконкурентного поведения. Согласованные действия хозяйствующих субъектов, ограничивающие конкуренцию. Запреты на осуществление монополистической деятельности. Государственный контроль экономической концентрации.	Разбор вопросов по теме занятия из рабочей программы дисциплины. Изучение рекомендованных к занятию правовых актов и литературных источников.
Тема 4. Правовое поле взаимодействия PR и GR.	Роль средств массовой информации. Международные акты о деятельности СМИ и их месте в общественной жизни. Нормы российского законодательства о СМИ, содержащиеся в других нормативно-правовых актах. Государственно-частное партнерство как форма взаимодействия власти и бизнеса. Соглашение о ГЧП. Зарубежный опыт управления государственно-частным партнерством.	Разбор вопросов по теме занятия из рабочей программы дисциплины. Изучение рекомендованных к занятию правовых актов и литературных источников.

Тема 5. Лоббизм в России и за рубежом: правовые основы и политическая практика.	Понятия: «лоббистская деятельность», «лоббизм». Государственный аппарат и его деятельность как объект и субъект лоббистской деятельности. Технологии лоббистской деятельности. Развитие правового регулирования лоббистской деятельности: перспективы и содержание российской правовой модели лоббизма. Правовое регулирование лоббистской деятельности – опыт США; Германии; Великобритании; Франции; Канады. Формы проявления коррупции при осуществлении лоббистской деятельности: преступления, проступки, иные действия (бездействие).	Разбор вопросов по теме занятия из рабочей программы дисциплины. Изучение рекомендованных к занятию правовых актов и литературных источников. Анализ судебной практики.
Тема 6. Юридическое сопровождение PR – процессов, GR-проектов.	Особенности сопровождения PR – процессов. Юридические особенности сопровождения GR проектов. Роль договорных отношений во взаимодействии бизнеса и государственных органов. Заключение, изменение и расторжение договоров. Виды договоров.	Разбор вопросов по теме занятия из рабочей программы дисциплины. Изучение рекомендованных к занятию правовых актов и литературных источников. Анализ судебной практики.
Тема 7. Правовые формы защиты прав и законных интересов в сфере PR и GR – деятельности.	Правовое регулирование ответственности. Общая характеристика видов правонарушений. Гражданское, арбитражное и административное судопроизводство. Альтернативные способы разрешения споров. Права и обязанности сторон при проведении процессуальных действий.	Разбор вопросов по теме занятия из рабочей программы дисциплины. Изучение рекомендованных к занятию правовых актов и литературных источников. Анализ судебной практики.
Тема 8. Труд, государство, бизнес: правовые вопросы взаимодействия.	Правовое регулирование трудовых отношений. Роль трудового договора в регулировании трудовых отношений. Стороны социального партнерства. Уровни социального партнерства. Правовая регламентация статуса и деятельности трехсторонних комиссий на разных уровнях. Приоритеты государственной политики в области занятости населения. Международный опыт государственной политики в области занятости.	Разбор вопросов по теме занятия из рабочей программы дисциплины. Изучение рекомендованных к занятию правовых актов и литературных источников. Анализ судебной практики.

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

В рамках дисциплины «PR и GR в управлении гостиничным бизнесом» студент пишет контрольную работу.

Темы контрольных работ.

1. История развития рекламы в России.
2. Виды рекламы.
3. Политический PR.
4. PR и GR в системе государственного управления.
5. Лоббирование и коррупция: сходство и отличия.
6. Лоббизм и GR: история развития.
7. Законодательство о GR в Европейском союзе.
8. Институционализация PR и GR в России.

9. Перспективы GR в России.
10. Судебная власть в системе разделения властей в Российской Федерации.
11. Принципы публично-правового регулирования государственно-частного партнёрства в РФ.
12. Международно-правовые акты реализации проектов государственно-частного партнёрства в РФ.
13. Процедура осуществления контроля и надзора за исполнением соглашения о ГЧП в РФ.
14. Способы и сущность юридического сопровождения реализации проектов ГЧП в РФ.
15. Понятие и виды юридической ответственности в сфере ГЧП в РФ
16. Международно-правовое регулирование государственно-частного партнёрства.
17. Правовое регулирование государственно-частного партнёрства в странах романо-германской системы права.
18. Правовое регулирование государственно-частного партнёрства в странах англо-саксонской системы права.
19. Правовое регулирование государственно-частного партнёрства в странах мусульманской системы права.
20. Противодействие коррупции: несовершенство правового регулирования и правоприменительной практики.
21. Рассмотрение и разрешение индивидуальных трудовых споров.
22. Порядок рассмотрения и разрешения коллективных трудовых споров.
23. Право на забастовку: понятие, порядок её организации и проведения.
24. Роль социального партнерства в эффективном развитии социально-трудовых отношений государства.
25. Международный опыт социального партнерства.

Примерный перечень тем дискуссий:

1. Современный GR: актуальные вопросы
2. Отличия между PR и GR: актуальные вопросы
3. GR в России: на примерах лоббистских кампаний
4. Необходимость и актуальность PR в России
5. История PR в России
6. Реклама и PR в России: современное состояние
7. Правовые основы PR – деятельности: актуальные вопросы
8. Нормативные документы, регламентирующие работу GR-подразделений
9. Проблемные вопросы PR – агентств
10. Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО): актуальные вопросы
11. Ассоциация компаний-консультантов в сфере общественных связей (АКОС): актуальные вопросы

- 12.Международный комитет ассоциаций компаний-консультантов в сфере «публик рилейшнз» (ИКО) (ICO — International Committee of Public Relations Consultancies Associations): актуальные вопросы
- 13.Субъект и объект PR – деятельности: общая характеристика
- 14.Субъекты GR – деятельности: источник предметно-практической деятельности
- 15.Основные субъекты GR – деятельности как целевая аудитория
- 16.Понятие лоббизма: основные традиции
- 17.Современные вопросы законодательного лоббизма
- 18.Особенности лоббирования в различных отраслях
- 19.Законодательное регулирование лоббистской деятельности за рубежом
- 20.Лоббизм в законодательном процессе.
- 21.Законодательная основа PR – процессов, GR - проектов
- 22.Основы правового регулирования PR в России.
- 23.Роль СМИ в PR – процессов: актуальные вопросы
- 24.Роль и значение договора
- 25.Особенности содержания договора между заказчиком и PR – агентством
- 26.Особенности содержания договоров на услуги GR
- 27.Особенности реализации GR – проектов

Примерный перечень тем докладов:

1. Государство и бизнес в России: отечественные и зарубежные модели и механизмы взаимодействия.
2. Государство и бизнес: опыт партнерства в условиях рыночной экономики.
3. Государство и бизнес: формы сотрудничества в РФ и за рубежом.
4. Предприниматель и власть: проблемы взаимодействия.
5. Роль Торгово-промышленной палаты в системе взаимодействия власти и бизнеса.
6. Агентство стратегических инициатив как механизм взаимодействия власти и бизнеса.
7. Государственное регулирование и контроль в сфере предпринимательской деятельности.
8. Предпринимательство и государство: партнерство или соперничество?
9. Формы и методы поддержки предпринимательской деятельности в РФ и за рубежом.
- 10.Правовое регулирование государственно-частного партнерства в России и за рубежом.
- 11.Правовой механизм государственно-частного партнерства в сферах экономики.
- 12.Принципы правового регулирования государственно-частного партнерства.
- 13.Государственно-частное партнерство в социальной сфере.
- 14.Государственно - частное партнерство в сфере инноваций.

15. Правовое регулирование лоббизма как средство борьбы с коррупцией.
16. Современные технологии лоббистской деятельности в РФ и за рубежом.
17. Актуальные проблемы современного российского лоббизма.
18. Особенности лоббирования в PR.
19. Роль политических партий в лоббировании интересов российского бизнеса.
20. Принципы и формы взаимодействия органов государственной власти и политических партий.
21. Международный опыт регулирования лоббистской деятельности.
22. Законодательное регулирование лоббистской деятельности – зарубежный опыт.
23. Лоббизм в России: перспективы правового регулирования.
24. Правовое регулирование лоббизма в США.
25. Правовое регулирование лоббистской деятельности в Великобритании.
26. Правовое регулирование лоббистской деятельности в Германии.
27. Правовое регулирование лоббистской деятельности в Канаде.
28. Правовое регулирование лоббистской деятельности во Франции.
29. GR или лоббизм: современные аспекты.
30. Лоббизм как оружие против коррупции.
31. Деятельность PR: актуальные вопросы.
32. Роль и значение PR.
33. PR в России и за рубежом: сравнительный анализ.
34. СМИ как инструмент PR: актуальные вопросы.
35. Правовое регулирование PR-деятельности зарубежных стран.
36. Особенности законодательства о рекламе в различных странах мира.
37. Российский опыт правового регулирования политического PR.

Примеры типовых ситуационных заданий:

Задача 1. В организации произошел несчастный случай со смертельным исходом. В связи с этим директор решил провести внеочередную аттестацию на соответствие занимаемым должностям. Однако ответственные за произошедший несчастный случай - работники, проработали в своих должностях менее года. В связи с этим возникают следующие вопросы: можно ли в отношении указанных работников провести внеочередную аттестацию или общее положение о том, что они не подлежат аттестации, распространяется и на внеочередную аттестацию? Если нет, то какие процедуры оценки можно провести в отношении указанных работников?

Задача 2. Муниципальному образованию принадлежит на праве собственности нежилое помещение, часть которого (комната) была передана в аренду обществу. На основании заявления общества об учете в кадастре недвижимости переданной ему в пользование части помещения, существующего в качестве самостоятельного объекта недвижимости, орган кадастрового учета поставил на кадастровый учет часть помещения. Считая

данные действия незаконными, администрация муниципального образования обратилась в арбитражный суд. Правомерны ли действия администрации?

Задача 3. Местная администрация городского округа в 2022 г. по договору аренды передала предпринимателю пустующее здание детского сада с целью его использования в качестве магазина. Вправе ли местная администрация до истечения срока аренды требовать расторжения договора аренды с предпринимателем с целью использования здания для образовательной деятельности в целях исполнения муниципальной программы?

Задача 4. Кредитное учреждение является рекламодателем своих услуг на телеканале. Является ли правомерным распространение рекламы банковской услуги в виде кредита при условии, что основная информация о наименовании кредита и максимальной процентной ставке предоставлена в виде статичного изображения, а остальная обязательная информация - в виде бегущей строки?

Задача 5. В выпуске газеты "Город и Горожане" N 41 за 29 мая 2022 года в рубрике "МАСС-ШТАБ" опубликована на странице 3 статья "Лоббизм как диагноз", автором которой является А. С., в выпуске N 65 за 21 августа 2022 года в рубрике "МИРАЖИ" опубликована на странице 5 статья "Куда приводят мечты", автором которой является И.Р. Обращаясь с настоящим иском истец пояснил, что указанные статьи содержат сведения, не соответствующие действительности и порочащие деловую репутацию истца. Определите НПА который регулирует нематериальные блага. Назовите способы защиты в соответствии с законодательством РФ. Каковы особенности такой защиты?

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях Департамента правового регулирования экономической деятельности (<http://www.fa.ru/org/dep/pred/News/2018-01-23-ratingpred.aspx>).

7. Перечень примерных вопросов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины содержится в разделе 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Перечень примерных вопросов к зачету:

1. Понятие GR.
2. Принципы GR – деятельности.
3. Отечественные и зарубежные модели взаимодействия власти и бизнеса.
4. Объекты GR деятельности.

5. Субъекты GR деятельности:
6. Понятие и признаки предпринимательской деятельности.
7. Субъекты предпринимательства.
8. Осуществление, защита и охрана прав и интересов субъектов предпринимательства.
9. Государственный контроль за осуществлением предпринимательской деятельности.
10. Понятие, значение и нормативно-правовая основа рекламной деятельности.
11. Правовая характеристика содержания и распространения рекламы.
12. Государственный контроль и саморегулирование в области рекламы.
13. Юридическая ответственность за нарушение законодательства о рекламе.
14. Способы и форма государственного регулирования предпринимательской деятельности.
15. Правовой статус и роль торгово-промышленных палат (ТПП) в совершенствовании правового регулирования отношений власти и бизнеса.
16. Роль Агентства стратегических инициатив (АСИ) в вопросах взаимодействия власти и бизнеса. Проекты АСИ.
17. Российский союз промышленников и предпринимателей: цели, задачи, принципы, взаимодействие с властью.
18. Специфические особенности и виды договоров в сфере предпринимательства.
19. Расчеты по договорам в сфере предпринимательства.
20. Преддоговорные споры и порядок их разрешения.
21. Заключение договоров на торгах, аукционы и конкурсы.
22. Особенности заключения на торгах договора приватизации государственного или муниципального имущества.
23. Коммерческое представительство при заключении договоров в сфере предпринимательства.
24. Специфические особенности гражданско-правовой ответственности в сфере предпринимательства.
25. Понятие, роль цели и задачи государственно-частного партнерства.
26. Принципы правового регулирования государственно-частного партнерства.
27. Объекты и субъекты государственно-частного партнерства.
28. Правовые формы государственно-частного партнерства.
29. Государственное регулирование государственно-частного партнерства.
30. Зарубежный опыт управления государственно-частным партнерством.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

8.1 Нормативные правовые акты

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ; (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ; (часть третья) от 26.11.2001 № 146-ФЗ; (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ.
3. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (с изм. и доп.).
4. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30 декабря 2001 г. № 195-ФЗ (с изм. и доп.).
5. Уголовный кодекс РФ от 13 июня 1996 г. № 63-ФЗ (с изм. и доп.).
6. Федеральный закон от 13.07.2015 № 224-ФЗ «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».
7. Федеральный закон от 07.05.2013 № 78-ФЗ «Об уполномоченных по защите прав предпринимателей в Российской Федерации» (с изм. и доп.).
8. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ (с изм. и доп.).
9. Федеральный закон от 8 августа 2001 г. № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» (с изм. и доп.).
10. Федеральный закон от 26 декабря 2008 г. № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» (с изм. и доп.).
11. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (с изм. и доп.).
12. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (с изм. и доп.).
13. Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» (с изм. и доп.).

8.2 Основная литература:

14. Чумиков А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 343 с.— ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1059463> – (дата обращения: 06.12.2019). — Текст : электронный
15. Синяева И.М. Реклама и связи с общественностью: учебник для бакалавров / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, Д.А. Жильцов; Финуниверситет. - Москва: Юрайт, 2013, 2014. - 552 с. - (Бакалавр. Академический курс). - Текст: непосредственный. - То же. - 2019. - ЭБС Юрайт. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/425190> (дата обращения: 16.12.2019). - Текст: электронный.

16. Мандель Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации : учебное пособие / Б.Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. — 238 с. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1068911>– (дата обращения: 06.12.2019). — Текст : электронный

8.3 Дополнительная литература:

17. Шатилов А.Б. GR для эффективного бизнеса / А.Б. Шатилов, А.С. Никитин. - М.: Форум, 2011 - 143 с. - То же - ЭБС ZNANIUM.com. - URL : <http://znanium.com/catalog/product/231721>– (дата обращения: 06.12.2019). — Текст : электронный

18. Костяев С.С. Федеральное законодательство США о лоббизме = U.S. Federal lobbying legislation : Монография / С.С. Костяев ; Финуниверситет, Каф. прикладной политологии .— М. : Финуниверситет, 2015 .— 188 с. – Текст : непосредственный. — Имеется электронная версия: Электронные текстовые данные (1 файл: 60,8 Мб); .— Свободный доступ из сети Интернет (чтение) .— URL: <http://elib.fa.ru/fbook/kostjaev.pdf>. - Текст : электронный.

19. Варакута С.А. Связи с общественностью: Учеб.пособие / С.А.Варакута - М.: ИНФРА-М, 2004, 2009 - 207с. - То же - 2013. — ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/371726> – (дата обращения: 06.12.2019). — Текст : электронный

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. www.Lobbing.ru – Российский профессиональный портал о лоббизме и GR.
2. www.tpprf.ru – Торгово-промышленная палата РФ. 2. www.asi.ru – Агентство стратегических инициатив.
3. <http://рспп.рф> – Российский союз промышленников и предпринимателей.
4. <http://pprcenter.ru> – Центр развития Государственно-частного партнерства.
5. www.garant.ru/ Справочная правовая система «Гарант».
6. www.consultant.ru/ Справочная правовая система «КонсультантПлюс»
7. <http://elib.fa.ru/> Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ)
8. <http://biblioclub.ru> - Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН»
9. <http://www.znanium.com> - Электронно-библиотечная система Znanium
10. <https://www.biblio-online.ru.-> Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ»

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Студентам необходимо:

1. Ознакомиться с содержанием рабочей программы дисциплины «R и GR в управлении гостиничным бизнесом», с целями и задачами дисциплины. РПД, а также все методические разработки по данной дисциплине имеются в LMS Moodle.

2. Ознакомиться с графиком консультаций преподавателей.

Методические рекомендации по подготовке и написанию контрольной работы

Контрольная работа является самостоятельным библиографическим исследованием студента, носящим описательно-аналитический характер и выполняемым, как правило, в рамках одной из преподаваемых учебных дисциплин, определенных учебным планом.

Примерная тематика контрольных работ разрабатывается кафедрой и доводится до сведения студентов ведущим преподавателем.

Тема контрольной работы определяется студентом самостоятельно.

Контрольная работа должна быть написана шрифтом Times New Roman 14, интервал – полуторный, на листах формата А4. Текст должен содержать от 10 до 20 страниц (не включая приложений). Страницы обязательно пронумеровать.

Работа должна включать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список использованной литературы;
- приложения (при необходимости).

Титульный лист является первой страницей контрольной работы.

Содержание размещается после титульного листа. Слово «Содержание» записывается в виде заголовка (по центру). В содержании приводятся все заголовки работы и указываются страницы.

Во введении указываются актуальность темы, цель, задачи, которые необходимо решить, чтобы достигнуть указанной цели.

Каждая из частей начинается с новой страницы. Заголовки должны четко и кратко отражать содержание разделов, подразделов.

В заключении формируются выводы, которые должны вытекать из содержания основной части.

Приложения должны нумероваться арабскими цифрами. В правом верхнем углу указывают: «Приложение 1», а с новой строки – название приложения.

Представление контрольной работы может служить условием для допуска студента к экзамену по данной дисциплине.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

При осуществлении образовательного процесса обучающимися и профессорско-преподавательским составом используются: программное обеспечение, информационно-справочные системы, электронные библиотечные системы.

11.1 Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Windows Microsoft office
2. Антивирусная защита ESET NOD32

11.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

- Информационно-правовая система «Консультант Плюс»
- Электронная энциклопедия: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Wiki>
- Система комплексного раскрытия информации «СКРИН»
<http://www.skrin.ru/>

11.3 Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации не предусмотрены.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для осуществления образовательного процесса в рамках дисциплины необходимо наличие специальных помещений.

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения лекций, семинарских и практических занятий, выполнения курсовых групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Проведение лекций и семинаров в рамках дисциплины осуществляется в помещениях:

- оснащенных демонстрационным оборудованием;
- оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет»;

– обеспечивающих доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Специальные помещения должны быть укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Фонды оценочных средств для проверки каждой компетенции, формируемой дисциплиной

Учебная дисциплина: PR и GR в управлении гостиничным бизнесом

Компетенции ПКП-4, ПКП-2

№	Правильный ответ	Содержание задания	Компетенция
1.	Согласно ст. 24. Реклама лекарственных средств не должна: содержать утверждения или предположения о наличии у потребителей рекламы тех или иных заболеваний либо расстройств здоровья; способствовать созданию у здорового человека впечатления о необходимости применения объекта рекламирования;	Рекламный слоган: «Посмотрите на мир здоровыми глазами. Наш санаторий для здоровья». Есть ли нарушение норм Закона о рекламе? Ответ обоснуйте.	ПКП-2
2.	Статья 14 Закона о защите конкуренции прямо указывает: 1. Не допускается недобросовестная конкуренция, в том числе: 1) распространение ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту либо	Оцените фразу: «Наши туры лучшие. С конкурентами будут проблемы». Какое законодательство нарушено? Предложите варианты уточнения, чтобы не нарушать закон.	ПКП-4

№	Правильный ответ	Содержание задания	Компетенция
	нанести ущерб его деловой репутации; 2) введение в заблуждение в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и количества товара или в отношении его производителей; 3) некорректное сравнение хозяйствующим субъектом производимых или реализуемых им товаров с товарами, производимыми или реализуемыми другими хозяйствующими субъектами. Фраза категорична. Односторонне, вычурно и плоско показан тур конкурентов.		
3.	В ст. 5 Закона о рекламе Недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения: 1) о преимуществах рекламируемого товара/услуги перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются	По решению ФАС в 2015 г. компания ООО «Тур Интернейшенл» понесла административную ответственность за размещенную рекламу. В рекламе утверждалось, что тур благодаря особым условиям размещения, обладает рядом преимуществ, которыми не обладает тур других компаний. К каким видам можно отнести данную рекламу?	ПКП-2

№	Правильный ответ	Содержание задания	Компетенция
	другими продавцами; 2) о любых характеристиках товара/услуги, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.		
4.	В ст. 5 Закона о рекламе Недобросовестной признается реклама, которая: 1) содержит некорректные сравнения рекламируемого товара/услуги с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами; 2) порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента.	В рекламном ролике тура демонстрируется решение проблемы и категорически утверждается: "...сейчас после тура у меня настроение и работоспособность лучше, поэтому у меня больше успехов в работе, чем у других ...". К каким видам можно отнести данную рекламу?	ПКП-2
5.	Базовые правовые нормы содержатся в Гражданском кодексе РФ (глава 42 «Заем и кредит»),	Кредитное учреждение является рекламодателем своих услуг на телеканале. Предоставляют кредиты для покупки туров. Является ли правомерным распространение рекламы банковской услуги в виде кредита при условии, что	ПКП-4

№	Правильный ответ	Содержание задания	Компетенция
	ФЗ «Об ипотеке (залоге недвижимости)», ФЗ «О потребительском кредите (займе)», ФЗ «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях», ФЗ «О кредитной кооперации», ФЗ «О ломбардах».	основная информация о наименовании кредита и максимальной процентной ставке предоставлена в виде статичного изображения, а остальная обязательная информация - в виде бегущей строки? Укажите НПА регулирующие розничное кредитование? Укажите способ распространения рекламы в телепрограммах и телепередачах.	
6.	Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе»; КоАП РФ; Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ «О защите конкуренции».	Индивидуальный предприниматель привлечен к ответственности за нарушение законодательства о рекламе (спам-рассылку, звонки к физическим лицам без согласия). Рекламировалась деятельность ООО, аффилированного с индивидуальным предпринимателем (он является единственным участником ООО). Может ли ООО быть привлечено к ответственности, если в договоре между индивидуальным предпринимателем и ООО не указаны форма и способ рекламы? Укажите НПА регулиующую данную ситуацию.	ПКП-2
7.	Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе»; Федеральный закон от 06.10.2003 N 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации».	Органом местного самоуправления было установлено, что на территории муниципального образования предпринимателем незаконно установлена рекламная конструкция (рекламный щит). Указанное обстоятельство послужило основанием для направления в адрес предпринимателя предписания о демонтаже рекламной конструкции, которая была установлена самовольно. Вправе ли орган местного самоуправления, не дожидаясь истечения месячного срока со дня выдачи предпринимателю предписания, самостоятельно осуществить демонтаж рекламной конструкции (на основании того, что на земельном участке, на котором самовольно установлена рекламная конструкция, необходимо строительство муниципального объекта недвижимости)? Укажите НПА регулирующие данную ситуацию.	ПКП-2
8.	Трудовой кодекс РФ	Работник гостиницы был уволен по сокращению штата досрочно, при увольнении ему были выплачены выходное пособие, компенсация за неиспользованный отпуск и компенсация за досрочное увольнение при сокращении. Позже суд признал	ПКП-2

№	Правильный ответ	Содержание задания	Компетенция
		увольнение незаконным и восстановил работника на работе. Как работодатель может вернуть излишние выплаты?	
9.	Г Федеральный закон "О некоммерческих организациях" от 2.01.1996 N 7-ФЗ д. 9 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» 38-ФЗ от 13.03.06 г. н	Планируется открыть некоммерческую организацию - благотворительный фонд. Спонсоры будут как нерезиденты (юридические и физические лица), так и организации-резиденты с долей участия иностранных организаций более 50%. Могут ли такие организации и физические лица оказывать благотворительную помощь НКО? Укажите НПА регулирующие данный вопрос. Каким законодательством регулируются отношения со спонсорами.	ПКП-4
10.	г	К основным средствам маркетинговых коммуникаций относят: а) стимулирование сбыта, выставки, спонсорство, прямой маркетинг б) реклама, стимулирование сбыта, брендинг, фирменный стиль в) реклама, стимулирование сбыта, ПР, прямой маркетинг г) ПР, прямой маркетинг, интегрированные маркетинговые коммуникации в местах продаж	ПКП-4
11.	а	1 Маркетинг-микс - это: а) товар, цена, каналы распределения, продвижение; б) ПР, реклама, стимулирование сбыта, прямой маркетинг; в) товар, цена, реклама, стимулирование сбыта; г) каналы распределения, цена, ПР, прямой маркетинг.	ПКП-2
12.	в	Прямой маркетинг в гостиничном и туристическом бизнесе - это: а) популяризация товаров и/или услуг; б) повышение репутации фирмы; в) личные взаимодействия с потребителем; г) реклама.	ПКП-4
13.	а	Селективная реклама в туризме: а) адресована определенной группе покупателей; б) рассчитана на всех потребителей; в) четко ориентирована на небольшую аудиторию.	ПКП-2

№	Правильный ответ	Содержание задания	Компетенция
14.	Выставка	12. « – это кратковременное, периодически и обычно в одном и том же месте проводимое мероприятие, в рамках которого значительное число предприятий с помощью образцов дают представительную картину предложения товаров/услуг одной или нескольких отраслей и стремятся информировать конечных потребителей (или же и промежуточных) о своей фирме и ее продукции с конечной целью содействия продажам».	ПКП-4
15.	б	Брандмауэр – это: а) кровельная реклама б) реклама на плоскости стен зданий в) выносная реклама г) реклама на транспорте	ПКП-2
16.	а	Целью посттестирования является получение информации о содержании PR - акции, об идеях, заложенных в сообщение, выявление возможности неправильного понимания и нежелательные ассоциации, которые могут возникнуть при восприятии PR -сообщения: а) верно б) неверно	ПКП-4
17.	Сверхбронирование - когда бронирование мест в гостинице производится сверх имеющихся в наличии, для гарантии полной занятости	Что такое сверхбронирование?	ПКП-2
18.	Оператор заявляет о размерах и длительности собственного блока мест, но не оплачивает его предварительно, оплата отелю происходит перед каждым заездом	Элотмент как схема сотрудничества туроператора и средств размещения предполагает?	ПКП-4

№	Правильный ответ	Содержание задания	Компетенция
	туристов.		
19.	Гостиница стремится минимизировать свое воздействие на окружающую среду. Например, сокращение отходов и воды и т.д.	Раскройте понятие «экологичность гостиничных услуг».	ПКП-4
20.	Чайна-френдли - это отели и рестораны заведения предлагающие блюда китайской кухни, китайские каналы телевидения, а также персонал, говорящий на китайском языке.	В чем особенность ресторанов, отелей с стиле «Чайна-френдли»?	ПКП-2

Критерии (шкалы) оценивания результатов обучения и уровни формирования компетенции:

- оценка **«отлично»** (высокий уровень) выставляется, если обучающийся

знает:

- основные принципы экологически устойчивого туризма и механизмы социальной ответственности в туризме;
- законодательные нормы и международные стандарты, регулирующие туризм с точки зрения экологии и социальных аспектов;
- методы оценки воздействия туристических проектов на окружающую среду и местное сообщество;
- принципы управления природоохранными территориями и инструментами экологической сертификации;
- современные подходы к вовлечению местного населения в развитие туризма и повышению уровня их благосостояния.

умеет:

- оценивать потенциальное воздействие туристических инициатив на экосистемы и местные сообщества;
- разрабатывать проекты, направленные на сохранение природных ресурсов и культурного наследия региона;
- применять инструменты экологического менеджмента и социального мониторинга в практике туристической деятельности;
- создавать программы вовлечения местных жителей в туристический бизнес и популяризацию культурных традиций;
- работать с государственными органами и некоммерческими организациями для реализации принципов устойчивого развития в сфере туризма.

- оценка **«хорошо»** (продвинутый уровень) выставляется, если обучающийся

знает:

- основные принципы экологически устойчивого туризма и механизмы социальной ответственности в туризме;
- принципы управления природоохранными территориями и инструментами экологической сертификации;
- современные подходы к вовлечению местного населения в развитие туризма и повышению уровня их благосостояния.

умеет:

- оценивать потенциальное воздействие туристических инициатив на экосистемы и местные сообщества;
- разрабатывать проекты, направленные на сохранение природных ресурсов и культурного наследия региона;
- работать с государственными органами и некоммерческими организациями для реализации принципов устойчивого развития в сфере туризма.

- оценка **«удовлетворительно»** (пороговый уровень) выставляется, если обучающийся

плохо знает:

- основные принципы экологически устойчивого туризма и механизмы социальной ответственности в туризме;
- принципы управления природоохранными территориями и инструментами экологической сертификации;

- современные подходы к вовлечению местного населения в развитие туризма и повышению уровня их благосостояния.

плохо умеет:

- оценивать потенциальное воздействие туристических инициатив на экосистемы и местные сообщества;
- разрабатывать проекты, направленные на сохранение природных ресурсов и культурного наследия региона;
- работать с государственными органами и некоммерческими организациями для реализации принципов устойчивого развития в сфере туризма.

- оценка «**неудовлетворительно**» (ниже порогового) выставляется, если обучающийся

не знает:

- основные принципы экологически устойчивого туризма и механизмы социальной ответственности в туризме;
- принципы управления природоохранными территориями и инструментами экологической сертификации;
- современные подходы к вовлечению местного населения в развитие туризма и повышению уровня их благосостояния.

не умеет:

- оценивать потенциальное воздействие туристических инициатив на экосистемы и местные сообщества;
- разрабатывать проекты, направленные на сохранение природных ресурсов и культурного наследия региона;
- работать с государственными органами и некоммерческими организациями для реализации принципов устойчивого развития в сфере туризма.