

-

_____ 2022

4
8

3 108
8

. . .

10.06.2022

10

2022

3.03.02

4 8

, . , .

-2.	:
-	

1. 3

3.

. PR-

4

			-		
1		16	2	2	12
2		16	2	2	12
3		16	2	2	12
4		14		2	12
5		12		2	10
6		14		2	12
7		16		2	14
		4			4
		108	6	14	88

5

1.

План

4.

2.

План

3.

План

Вопросы для обсуждения

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

2.

Вопросы для обсуждения

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Вопросы для обсуждения

- 1.
- 2.
- 3.

4.

Вопросы для обсуждения

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Вопросы для обсуждения

- 1.
2. PR-

3.

Вопросы для обсуждения

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

Вопросы для обсуждения

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

1.

1. Подготовка устного ответа на вопросы:

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)
2. докладов

2.

1. Подготовка устного ответа на вопросы:

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)
- 5)

2. Аналитическое задание «Использование имиджа брендов при организации выездно-го/въездного туризма»

—
50681 94);

—
—
—
—
—

-94);

3. Аналитическое задание «Проектирование бренда»

презентации.

3.

1. Задания для самостоятельной работы в виде презентации «Портфель брендов компании».

- 1)
- 2)
- 3)

2. Аналитическое задание «Роль брендов внутри портфеля компании»

4.

1. Подготовка устного ответа на вопросы:

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)
- 5)

2. докладов

5.

1. Подготовка устного ответа на вопросы:

- 1)
- 2) PR-
- 3)

2. Задания для самостоятельной работы в виде презентации «Анализ интегрированного брендинга в туризме».

3. докладов

6.

1. Подготовка устного ответа на вопросы:

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)

2. докладов

7.

1. Подготовка устного ответа на вопросы:

- 1)
- 2)

3)

4)

2. Заполните таблицу:

1)

2)

3)

4)

5)

1.

-

-

-

-

-

-

Критерии оценки устного ответа

-

-

-

	-
	-
	-
	-

	-
	-
	-
	-
	-
	-
	-
	-
	-
	-

Критерии и показатели оценки:

-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-

-

-

Microsoft PowerPoint.

Роль студента:

-
-
-
-

—

Не рекомендуется:

-
-
-
-

Рекомендуется:

-
-
-
-
-
-
-

Критерии и показатели оценки:

-
-
-
-
-

-

20-

-

Роль студента:

-
-
-

—
—
—
—

Критерии и показатели оценки:

—
—
—
—

;

:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.
- 10.
- 11.
- 12.
- 13.
- 14.

Роль студента:

—
—
—

Критерии и показатели оценки:

—
—
—

-

6 -

1 - - - - 5- 6-

Оценка «зачтено» выставляется студенту:

- 1)
- 2)

Оценка «не зачтено» выставляется студенту:

7.1.

1.

ISBN 978-5-9916-2979-9.

URL: <https://biblio-online.ru/bcode/426128>.

2. -

ISBN 978-5-9916-9046-1.

URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433214>

7.2.

1. -

2-

ISBN 978-5-534-05503-0.

URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/437894>.

2.

ISBN 978-5-9916-3284-3.

URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/425868>.

3.

ISBN 978-5-534-02980-2.

URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/433237>.

4.

978-5-534-04517-8.
[online.ru/bcode/438882](https://www.biblio-online.ru/bcode/438882).

ISBN
URL: <https://www.biblio->

7.3.

1. - e.lanbook.com
2. znanium.com
3. biblio-online.ru
4. www.frontdesk.ru
5. www.gaomoskva.ru
6. www.marketing.rbc.ru
7. www.marketing.spb.ru
8. www.mitt.ru
9. www.prohotel.ru
10. www.russiatourism.ru
11. www.theBench.com
12. www.world-tourism.org
13. www.wttc.org

ASUS, BenQ, Screen.

P Deskjet

EPSONGT1500 A

9.

Microsoft Open License (Windows XP, 7, 8, 10, Server, Office 2003-2016),
66975477 03.06.2016 ().

