



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования
«Сочинский государственный университет» в г. Анапе Краснодарского края

СОГЛАСОВАНО
Зам. директора по УРиКО
 Екимова В.В.
«31» августа 2021 г.



УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала СГУ в г. Анапе
 Леонова Е.В.
«31» августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.06.01 Реклама и PR в индустрии гостеприимства

Шифр и направление подготовки	<u>43.03.03 «Гостиничное дело»</u>
Квалификация (степень) выпускника	<u>Бакалавр</u>
Профиль подготовки бакалавра	<u>«Гостиничная деятельность»</u>
Форма обучения	<u>ЗФО</u>
Выпускающая кафедра	<u>Социально-культурного сервиса и туризма</u>
Кафедра-разработчик рабочей программы	<u>Социально-культурного сервиса и туризма</u>
Год набора	<u>2021</u>


Курс/ Семестр	Трудоем- кость (час/зет)	Лекцион. занятий, (час)	Практич. занятий (час)	Лаборат занятий (час)	СРС (час)	КР/КП (час)	Форма промежут. контроля (экз/зачет)
3/6	108/3	10	4	-	90	-	Зачет с оценкой (4)
Итого:	108/3	10	4	-	90	-	Зачет с оценкой (4)

Анапа 2021 г.

Лист согласования рабочей программы дисциплины Б1.В.ДВ.06.01 Реклама и PR в индустрии гостеприимства

Рабочую программу составил: Белоцерковская Н.В., к.п.н., доцент кафедры СКСиТ Н.В. Белоцерковская

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА

заведующий кафедрой  / Стародуб К.А./
/подпись/ /Ф.И.О./

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины соответствует библиотечному фонду филиала СГУ в г. Анапе:

Заведующий библиотекой  /Кузнецова Л.Н./

Структура рабочей программы соответствует предъявленным требованиям

Рабочая программа одобрена на заседании Учебно-методического совета направления подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело»

Протокол № 1 от « 31 » 08 20 21 г.

Председатель УМСН  /подпись/ Екимова В.В. /Ф.И.О./

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Рабочая программа переутверждена на 2021/2022 учебный год.

В программу внесены дополнения и (или) изменения:

Внесены изменения в раздел **5.4. Материально-техническое обеспечение дисциплины:**

п. 3 Перечня ПО заменен на продукт Dr.Web Desktop Security Suite, LBW-BC-12M-65-A-1 в связи с окончанием срока действия лицензионного сертификата на использование продукта Kaspersky Endpoint Security.

Протокол № 6 заседания кафедры от «02» февраля 2022 г.

Заведующий кафедрой



подпись

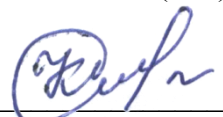
Стародуб К.А.

ФИО

Рабочая программа переутверждена на 2022/2023 учебный год, протокол № 1 заседания кафедры от «31» августа 2022 г.

В программу внесены дополнения и(или) изменения: без изменений.

Заведующий кафедрой



подпись

Стародуб К.А.

ФИО

Рабочая программа переутверждена на 2023/2024 учебный год, протокол № 1 заседания кафедры от «31» августа 2023 г.

В программу внесены дополнения и(или) изменения: внесены изменения в раздел **4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**. Актуализирован перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, интернет-ресурсов и других электронных информационных источников.

Протокол №1 Заседание кафедры от 31.08.2023 г.

Заведующий кафедрой



подпись

Стародуб К.А.

ФИО

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП НАПРАВЛЕНИЯ.....	5
3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
4.1 Тематический план дисциплины.....	8
4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	14
4.3 Текущая и промежуточная аттестации по дисциплине.....	16
5. УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	17
5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины.....	17
5.2 Организация самостоятельной работы студента по дисциплине.....	18
5.3 Особенности преподавания дисциплины.....	18
5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	19
5.5 Методическое обеспечение образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	19
Приложение. АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	21

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Реклама и PR в индустрии гостеприимства» является формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области рекламной деятельности предприятий гостеприимства.

Задачи дисциплины:

- изучение основных принципов организации рекламной деятельности предприятий индустрии гостеприимства;
- изучение особенностей планирования рекламной кампании; изучение средств распространения рекламной информации;
- изучение правовых вопросов рекламной деятельности в сфере гостеприимства;
- изучение вопросов регистрации и использования товарных знаков и фирменного стиля предприятий индустрии гостеприимства;
- изучение взаимодействия предприятий индустрии гостеприимства и рекламных агентств;
- изучение выставочных мероприятий в индустрии гостеприимства.

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП НАПРАВЛЕНИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТИ)

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Таблица 1 – Дисциплины, участвующие в формировании компетенции

Код и наименование компетенции	Дисциплины, участвующие в формировании компетенции (перечисляются дисциплины, практики, кроме ГЭ, ВКР)
Профессиональные компетенции, установленные вузом	
ПКУВ-2. Способен организовать процесс обслуживания на основе нормативно-правовых актов и с учетом запросов потребителей	Б1.В.02 Технологии и организация анимационно-досуговой деятельности в гостиничных и санаторно-курортных предприятиях Б1.В.04 Организация питания в гостиничных комплексах Б1.В.06 Организация обслуживания событийных мероприятий в гостиничном бизнесе Б1.В.08 Организация гостиничного дела Б1.В.10 Технологии гостиничной деятельности Б1.В.11 Основы делового этикета в индустрии гостеприимства Б1.В.12 Основы международного протокола Б1.В.ДВ.02 Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2 Б1.В.ДВ.02.01 Аксессуарный сервис в индустрии гостеприимства Б1.В.ДВ.02.02 Маркетинг гостиничных услуг Б1.В.ДВ.06 Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.6 Б1.В.ДВ.06.02 Имиджелогия Б1.В.ДВ.08 Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.8 Б1.В.ДВ.08.01 Организация барного дела

	Б1.В.ДВ.08.02 Организация ресторанных дел Б2.В.02(П) Сервисная практика
ПКУВ-4. Способен обеспечивать координацию деятельности подразделений предприятий индустрии гостеприимства	Б1.В.06 Организация обслуживания событийных мероприятий в гостиничном бизнесе Б1.В.09 Планирование производственно-технологической деятельности средств размещения Б1.В.14 Прикладные методы исследовательской деятельности Б1.В.ДВ.02 Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2 Б1.В.ДВ.02.01 Аксессуары сервис в индустрии гостеприимства Б1.В.ДВ.02.02 Маркетинг гостиничных услуг Б1.В.ДВ.05 Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.5 Б1.В.ДВ.05.01 Технология и организация СПА и Велнес услуг в гостиничных комплексах Б1.В.ДВ.05.02 Технология и организация лечебно-оздоровительного туризма Б1.В.ДВ.06 Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.6 Б1.В.ДВ.06.02 Имиджелогия Б2.В.01(П) Организационно-управленческая

3 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ПКУВ -2, ПКУВ-4.

В результате освоения дисциплины студент должен демонстрировать следующие результаты образования:

Таблица 2 – Компетенции и индикаторы их достижения

Компетенции и индикаторы их достижения		Результат обучения по дисциплине (показатели освоения компетенций)
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
Профессиональные компетенции, установленные вузом		
ПКУВ-2. Способен организовать процесс обслуживания на основе нормативно-правовых актов и с учетом запросов потребителей	ПКУВ-2.1. Организует гостиничное обслуживание на основе нормативно-правовых актов и соответствия системе классификации гостиниц и других средств размещения на уровне подразделений	Знать: специфику организации процессов обслуживания, требования потребителей, нормативно-правовые акты Уметь: организовать процессы обслуживания на основе нормативно-правовых актов Владеть: навыками анализа потребностей туристов, организации процессов обслуживания потребителей

Компетенции и индикаторы их достижения		Результат обучения по дисциплине (показатели освоения компетенций)
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
	ПКУВ-2.2 Разрабатывает внутренние регламенты и стандарты обслуживания на уровне подразделений гостиничного комплекса	<p>Знать: стандарты обслуживания на уровне подразделений гостиничного комплекса</p> <p>Уметь: разрабатывать внутренние регламенты и стандарты обслуживания на уровне подразделений гостиничного комплекса</p> <p>Владеть: навыками разработки технологической документации на туристские услуги на уровне подразделений гостиничного комплекса</p>
	ПКУВ-2.3 Обеспечивает контроль за выполнением сотрудниками подразделений средств размещения требований нормативно-правовых актов в процессе обслуживания потребителей	<p>Знать: виды и методы контроля за выполнением сотрудниками подразделений средств размещения требований нормативно-правовых актов в процессе обслуживания потребителей</p> <p>Уметь: осуществлять контроль за выполнением сотрудниками подразделений средств размещения требований нормативно-правовых актов в процессе обслуживания потребителей</p> <p>Владеть: навыками контроля за выполнением сотрудниками подразделений средств размещения требований нормативно-правовых актов в процессе обслуживания потребителей</p>
ПКУВ-4. Способен обеспечивать координацию деятельности подразделений предприятий индустрии гостеприимства	ПКУВ-4.1. Осуществляет координацию и контроль деятельности подразделений организации индустрии гостеприимства	<p>Знать: основные методы и приемы координации и контроля деятельности подразделений организаций сферы гостеприимства и общественного питания</p> <p>Уметь: определять цели и задачи управления структурными подразделениями организаций сферы гостеприимства и общественного питания</p> <p>Владеть: основными методами и приемами координации и контроля деятельности подразделений организаций сферы гостеприимства и общественного питания</p>

Компетенции и индикаторы их достижения		Результат обучения по дисциплине (показатели освоения компетенций)
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
	ПКУВ-4.2 Определяет формы и методы контроля бизнес-процессов подразделений организации индустрии гостеприимства	Знать: формы и методы контроля бизнес-процессов подразделений организации индустрии гостеприимства Уметь: применять формы и методы контроля бизнес-процессов подразделений организации индустрии гостеприимства Владеть: владеть методами контроля бизнес-процессов подразделений организации индустрии гостеприимства
	ПКУВ-4.3 Определяет выявление проблем в системе координации подразделений организации индустрии гостеприимства	Знать: основные проблемы в системе координации подразделений организации индустрии гостеприимства Уметь: предвидеть проблемы в системе координации подразделений организации индустрии гостеприимства Владеть: методами выявления проблем в системе координации подразделений организации индустрии гостеприимства

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Тематический план дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

Всего часов – 108, из них: лекции – 10 часов, практические занятия – 4 часа, самостоятельная работа – 90 часов, контроль – 4 часа.

Таблица 3 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

№ раздела, темы	Наименование модуля (раздела, темы) дисциплины	Всего часов	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы			
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС
1	Введение	8,5	0,5	-	-	8
2	Реклама в комплексе маркетинга	9	1	-	-	8
3	Реклама в индустрии гостеприимства	9	1	-	-	8
4	Процесс воздействия и восприятия рекламы	10	1	1	-	8
5	Средства распространения рекламы	8,5	0,5	-	-	8

6	Рекламное обращение – центральный элемент рекламы	9	1	-	-	8
7	Управление PR-деятельностью	9	1	-	-	8
8	Технологии формирования имиджа гостиничного предприятия	10	1	1	-	8
9	Планирование и организация рекламной кампании	12	1	1	-	10
10	Правовое регулирование рекламной деятельности в индустрии гостеприимства	9	1	-	-	8
11	Выставочная деятельность предприятий гостеприимства	10	1	1	-	8
	ВСЕГО:	104	10	4		90
	Зачет с оценкой	4				
	ИТОГО:	108				

4.1.1 Лекционные занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Введение	Цели и задачи дисциплины, ее междисциплинарные связи. Место дисциплины в системе подготовки бакалавра.
2	Реклама в комплексе маркетинга	Понятие рекламы. История рекламы и современное состояние. Цели и общие требования к рекламе. Функции рекламы. Рекламный процесс, его принципиальная схема, участники. Реклама и общество. Связь рекламы со смежными понятиями: агитация, популяризация, воспитание, привитие хорошего вкуса.
3	Реклама в индустрии гостеприимства	Методы продвижения туристского продукта. Особенности продвижения туристского продукта на внутреннем и внешнем рынках. Классификация видов рекламы в гостеприимстве Реклама туристских дестинаций.
4	Процесс воздействия и восприятия рекламы	Психология потребительской мотивации покупателей, первичные и вторичные потребительские мотивы. Модель потребительского поведения при покупке туристского продукта и услуг, влияние рекламных стимулов. Факторы, влияющие на восприятие рекламы и потребительское поведение при приобретении продуктов и услуг туризма.
5	Средства распространения рекламы	Средства распространения рекламы и их особенности. Выбор средств распространения рекламы. Техника распространения рекламных материалов.
6	Рекламное обращение – центральный элемент рекламы	Рекламное обращение: виды, формы, содержание, структура и композиция, творческое воплощение и художественное оформление. Выразительные средства рекламы. Средства и приемы рекламного стиля, речи. Рекламные жанры.
7	Управление PR-деятельностью	Понятие PR, особенности PR-деятельности в индустрии гостеприимства. Управление PR-деятельностью.
8	Технологии формирования	Товарный знак и его функции. Основные типы товарных

	имиджа гостиничного предприятия	знаков. Законодательство о товарных знаках. Использование франчайзинга в туризме. Понятие фирменного стиля, его особенности в гостеприимстве. Имидж гостиничного предприятия.
9	Планирование и организация рекламной кампании	Понятие и цели рекламных кампаний в туризме. Особенности организации рекламных кампаний в туризме. Этапы рекламной кампании.
10	Правовое регулирование рекламной деятельности в индустрии гостеприимства	Общая характеристика правового регулирования рекламы. Законы и нормативные акты, регулирующие рекламную деятельность в туризме. Федеральный закон «О рекламе». Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей, рекламораспространителей.
11	Выставочная деятельность предприятий гостеприимства	Специфика выставочной деятельности. Классификация туристских выставок. Основные этапы организации выставочной деятельности. Планирование и оформление выставочной площади. Российские туристские выставки.

4.1.2 Практические занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Процесс воздействия и восприятия рекламы	<i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Основные модели рекламного воздействия на потребителей: • AIDA • ACCA • DIBABA • DAGMAR • Модель социально-психологической установки. 2. Мотивы, которые учитываются при создании рекламы: - рациональные мотивы; - эмоциональные мотивы; - социально-нравственные мотивы. 3. Требования к психологическим особенностям рекламного обращения.
2	Технологии формирования имиджа гостиничного предприятия	<i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации. 2. Понятие корпоративного имиджа, корпоративной культуры, фирменного стиля гостиницы, турфирмы. 3. Анализ структуры имиджа компании (на выбор студентов). 4. Формирование внешнего имиджа 5. Формирование внутреннего имиджа 6. Формирование неосязаемого имиджа
3	Планирование и организация рекламной	<i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Рекламные агентства и их деятельность в

	кампании	<p>продвижении объектов гостиничного дела</p> <p>2. Планирование рекламной работы в гостиничном бизнесе</p> <p>3. Творчество в создании рекламы.</p> <p>4. Особенности организации и проведения рекламных кампаний в сфере гостиничного бизнеса</p> <p>5. Экономическая и психологическая эффективность рекламы</p>
4	Выставочная деятельность предприятий гостеприимства	<p><i>Вопросы для обсуждения:</i></p> <p>1. Становление и развитие выставок.</p> <p>2. Современная концепция ярмарок и выставок</p> <p>3. Классификация выставок.</p> <p>4. Основные этапы подготовки и участие фирмы в работе выставок.</p> <p>5. Выставочный стенд.</p> <p>6. Работа персонала на выставке.</p> <p>7. Подведение итогов участия в ярмарке или выставке.</p>

4.1.3 Лабораторные занятия (не предусмотрены планом)

4.1.4 Самостоятельная работа студента

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Вид СРС
1	Введение	<p><i>Задание для самостоятельной работы:</i></p> <p>– проработка теоретического материала: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</p> <p>– подготовка к практическим занятиям: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</p> <p>- подготовка к дискуссии по теме.</p>
2	Реклама в комплексе маркетинга	<p><i>Задание для самостоятельной работы:</i></p> <p>– проработка теоретического материала: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</p> <p>– подготовка к практическим занятиям: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</p> <p>- подготовка к дискуссии по теме.</p>
3	Реклама в индустрии гостеприимства	<p><i>Задание для самостоятельной работы:</i></p> <p>– проработка теоретического материала: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</p> <p>– подготовка к практическим занятиям: проработку лекций, чтение профессиональной литературы,</p>

		<p>периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</p> <p>- подготовка к дискуссии по теме.</p>
4	Процесс воздействия и восприятия рекламы	<p><i>Задание для самостоятельной работы:</i></p> <p>– проработка теоретического материала: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</p> <p>– подготовка к практическим занятиям: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</p> <p>- подготовка к дискуссии по теме..</p>
5	Средства распространения рекламы	<p><i>Задание для самостоятельной работы:</i></p> <p>– проработка теоретического материала: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</p> <p>– подготовка к практическим занятиям: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</p> <p>- подготовка к дискуссии по теме.</p>
6	Рекламное обращение – центральный элемент рекламы	<p><i>Задание для самостоятельной работы:</i></p> <p>– проработка теоретического материала: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</p> <p>– подготовка к практическим занятиям: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</p> <p>- подготовка к дискуссии по теме.</p>
7	Управление PR-деятельностью	<p><i>Задание для самостоятельной работы:</i></p> <p>– проработка теоретического материала: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</p> <p>– подготовка к практическим занятиям: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</p> <p>- подготовка к дискуссии по теме.</p>
8	Технологии формирования имиджа гостиничного предприятия	<p><i>Задание для самостоятельной работы:</i></p> <p>– проработка теоретического материала: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</p> <p>– подготовка к практическим занятиям: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические</p>

		вопросы по теме; - подготовка к дискуссии по теме.
9	Планирование и организация рекламной кампании	<i>Задание для самостоятельной работы:</i> – проработка теоретического материала: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; – подготовка к практическим занятиям: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; - подготовка к дискуссии по теме.
10	Правовое регулирование рекламной деятельности в индустрии гостеприимства	<i>Задание для самостоятельной работы:</i> – проработка теоретического материала: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; – подготовка к практическим занятиям: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; - подготовка к дискуссии по теме.
11	Выставочная деятельность предприятий гостеприимства	<i>Задание для самостоятельной работы:</i> – проработка теоретического материала: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; – подготовка к практическим занятиям: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; - подготовка к дискуссии по теме.

4.1.5 Интерактивные формы занятий

Количество занятий в интерактивной форме в соответствии с учебным планом на заочной форме обучения составляет 8 часов.

4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.2.1 Литература

1. Базиян Н.Р. Реклама и PR [Электронный ресурс]/ Базиян Н.Р.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Юриспруденция, 2018.— 448 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/86540.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Бухтерева О.С. Социология рекламы в социально-культурном сервисе: учеб. пособие. - М.: Инфра-М, 2015. – 128 с.
3. Варакута С.А. Связи с общественностью: учеб. пособие. – М.: Инфра, 2015. – 207 с.
4. Васильева Л.А. PR в гостиничном бизнесе [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.А. Васильева. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2016. — 66 с.
5. Морган, Н., Причард, А. Реклама в туризме и отдыхе: Учеб. пособие для студентов

вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Соц.-культур, сервис и туризм» / Н. Морган, А. Причард / Пер. с англ. под ред. Б.Л. Ерёмкина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 495 с: ил., табл. — (Серия «Зарубежный учебник»). - ISBN 978-5-238-00647-0. - Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1028572>

4.2.2 Современные профессиональные базы данных (СПБД) и информационные справочные системы (ИИС)

Таблица 4 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД) и информационные справочные системы (ИИС)

№ п/п	Наименование СПБД
1	ЭБС «IPR-books» - http://www.iprbookshop.ru
2	БС «Университетская библиотека онлайн» – это электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам учебной и научной литературы по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств - https://biblioclub.ru .
Наименование ИИС	
1	Справочная правовая система «Консультант Плюс» - www.consultant.ru ;
2	Справочная правовая система «Гарант» - www.garant.ru ;

4.2.3 Нормативные документы (при наличии)

1. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе»
2. Федеральный закон от 13 января 1995 г. № 7-ФЗ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации»
3. Закон РФ от 23 сентября 1992 г. № 3520-1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров».
4. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей»
5. Государственный стандарт РФ ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения» (принят постановлением Госстандарта РФ от 22 апреля 2003 г. № 124-ст).
6. Международный кодекс рекламной практики Международной торговой палаты (МТП).
7. Европейская конвенция о трансграничном телевидении (ETS N 132) (рус., англ.).

4.2.4 Интернет-ресурсы и другие электронные информационные источники

Таблица 5 – Интернет-ресурсы и электронные информационные источники

№ п/п	Наименование интернет-ресурсов и электронных информационных источников
1	Портал ВЦИОМ (социальные, политические, маркетинговые, экспресс- и др.

	исследования) - http://wciom.ru/
2	Национальная служба мониторинга - www.monitornews.ru
3	Левада-центр - http://www.levada.ru/
4	Центр социального прогнозирования и маркетинга - http://www.socioprognoz.ru
5	Евразийский монитор – Система регулярных межстрановых опросов
6	Населения - http://www.eurasiamonitor.org
7	ОИРОМ: объединение исследователей рынка и общественного мнения - http://www.oiom.ru/
8	Институт общественного проектирования (занимается комплексными политическими, социологическими и экономическими исследованиями, лекционной и организационной работой, а также издательской деятельностью) - http://www.inop.ru/
9	Российская Ассоциация по связям с общественностью (РАСО) - http://www.raso.ru/
10	Российская Ассоциация студентов по связям с общественностью (РАССО) - http://rasso.ru/
11	Университет МГИМО - http://mgimo.ru/
12	<i>Профессиональный pr-портал Sovetnik.ru</i> - http://www.sovetnik.ru
13	ПОЛИТКОМ: Информационный сайт политических комментариев - http://www.politcom.ru/
14	Каталог образовательных сайтов - educatalog.ru
15	Школа рекламиста (исследования, книги, статьи о рекламе, маркетинге, PR и дизайне) - http://www.advschool.ru/
16	Интернет-портал: «Социология: методическая помощь студентам и аспирантам» - http://www.smolsoc.ru
17	Институт корпоративной культуры - http://www.corpculture.ru/
18	Сборник электронных курсов по психологии - http://www.ido.edu.ru/psychology
19	Электронная библиотека портала - http://www.auditorium.ru
20	Российская государственная библиотека - http://www.rsl.ru/

4.3 Текущая и промежуточная аттестации по дисциплине

Для оценки сформированности компетенций разработаны оценочные средства по дисциплине.

Форма и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине раскрывается в фонде оценочных средств, который является отдельным документом.

Оценочные средства по дисциплине содержат:

- материалы для текущего контроля оценки знаний по дисциплине;
- материалы для промежуточного контроля оценки знаний по дисциплине.

Примерные вопросы для подготовки к промежуточной аттестации (зачет с оценкой):

Предмет, сущность и задачи рекламы в туризме.

2. Роль рекламы в жизни общества: история развития и современное состояние.
3. Реклама в государствах древней Греции и Рима.
4. Развитие рекламы в Западной Европе и США.
5. Реклама в России: этапы развития.
6. Принципы, функции и объекты рекламы.
7. Классификация рекламы.
8. Особенности рекламы в индустрии туризма.
9. Реклама потребностей и возможностей турфирмы.
10. Виды и характеристика рекламных раздражителей.

11. Механизм психологического воздействия рекламы.
12. Потребительская мотивация и приемы рекламы.
13. Роль рекламы в коммуникационном процессе.
14. Личная продажа
15. Стимулирование сбыта: способы, участники, программа стимулирования.
16. Коммерческая пропаганда или публик рилейшнз.
17. Форма и стиль рекламного сообщения, рекламные жанры.
18. Правовое регулирование рекламной деятельности. Международный кодекс рекламы.
19. Характеристика нормативно-правовых актов, регулирующих рекламную деятельность на федеральном и местном уровнях.
20. Закон РФ «О рекламе»: цели закона, характеристика участников процесса рекламы, статьи 6-10
21. Правила рекламы путешествий и турпродуктов.
22. Меры государственного контроля за соблюдением законодательства в сфере рекламы гостиничных услуг.
23. Субъекты рекламного процесса и их функции.
24. Направления взаимодействия участников рекламной деятельности.
25. Правовые и нормативные документы, регламентирующие рекламную кампанию в сфере гостеприимства
26. Стадии организации рекламного процесса прямые и косвенные.
27. Стратегия формирования рекламной деятельности предприятия.
28. Дели и задачи участия в выставках, виды выставок, критерии выбора.
29. Этапы планирования и организации работы по продвижению гостиничного предприятия на выставке.
30. Виды рекламной продукции на выставке.
31. Шесть способов обеспечения притока посетителей к стенду.
32. Стоимостные факторы участия в выставке.
33. Структура затрат по участию в выставках, консолидированный стенд.
34. Имидж гостиничного предприятия: характеристика, виды, компоненты.
35. Оформление и организация работы офиса.
36. Публик рилейшнз в индустрии гостеприимства
37. Способы и приемы выявления потребности потребителя рекламных услуг.
38. Основные принципы построения рекламного обращения.
39. Признаки психологической экспертизы текстовой рекламы.
40. Классификация печатных изданий, возможности их использования предприятиями индустрии гостеприимства
41. Факторы эффективности рекламы в прессе. Научные исследования в сфере рекламной деятельности.
42. Художественное оформление рекламных объявлений.
43. Сроки действия рекламы в прессе.
44. Различные функционально-смысловые типы речи, разнообразные языковые средства в рекламном послании.
45. Наружная реклама: виды, требования к размещению.
46. Товарная, фантазийная реклама.
48. Рекламная кампания: цели, виды, этапы.
49. Планирование рекламных мероприятий, медиаплан.
50. Экономическая и психологическая эффективность рекламных мероприятий, методы измерения.

5. УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины

В течение семестра студенты осуществляют учебные действия на лекционных и практических занятиях, усваивают и повторяют основные понятия. Контроль эффективности самостоятельной работы студентов осуществляется путем проверки освоения ими учебных заданий, предусмотренных для самостоятельной отработки.

Преподавание и изучение учебной дисциплины осуществляется в виде лекционных и практических занятий, групповых и индивидуальных форм работы, самостоятельной работы студентов.

Методические рекомендации по подготовке студентов к практическим занятиям

Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине студентам необходимо научиться работать с литературой. Изучение дисциплины предполагает в том числе отслеживание публикаций в периодических изданиях и работу с Internet.

При подготовке к практическим занятиям студенты должны изучить рекомендованную литературу, ответить на вопросы и выполнить все задания для самостоятельной работы. При подготовке целесообразно на основе изучения рекомендованной литературы выписать в конспект основные понятия и категории по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий.

Методические рекомендации студентам по организации самостоятельной работы по изучению литературных источников

При организации самостоятельной работы, следует обратить особое внимание на регулярность изучения литературы. В период изучения литературных источников необходимо так же вести конспект. В случае затруднений необходимо обратиться к преподавателю за разъяснениями.

Методические рекомендации по подготовке к зачету с оценкой

При подготовке к зачету с оценкой следует руководствоваться РПД. Студент должен иметь в виду, что некоторые вопросы и темы, имеющиеся в программе, выносятся на самостоятельное изучение.

На зачете с оценкой студент должен показать знание содержания предмета, терминологии, умение свободно оперировать ею. При подготовке к ответу на зачете с оценкой студенту разрешено пользоваться рабочей программой дисциплины. Если студент затрудняется с самостоятельным изложением материала, то преподаватель имеет право задать ему ряд вопросов, побуждающих и направляющих студентов к полному высказыванию по данной теме, в случае если ответы на эту тему исчерпывают тему, оценка за ответ снижается. Высказывания студентов должны соответствовать сути вопроса, быть логически выстроенными, доказательно раскрывать отношение отвечающего к излагаемой проблеме, выявлять личную точку зрения на использование тех или иных положений теоретического курса в практической работе.

Промежуточная аттестация может быть выставлена студенту по результатам федерального интернет тестирования (ФЭПО, интернет тренажеры).

5.2 Организация самостоятельной работы студента по дисциплине

Самостоятельная работа студента является ключевой составляющей учебного процесса, которая определяет формирование навыков, умений и знаний, приемов познавательной деятельности и обеспечивает интерес к творческой работе.

Организация самостоятельной работы студентов осуществляется по трем направлениям:

- определение цели, программы, плана задания или работы;
- со стороны преподавателя студенту оказывается помощь в технике изучения материала, подборе литературы для ознакомления и написания курсовой работы, проекта,

реферата;

- контроль усвоения знаний, приобретения навыков по дисциплине, оценка выполненной контрольной и курсовой работы, проекта.

Мерами по обеспечению выполнения обучающимися всех видов самостоятельной работы являются (указать при наличии нижеперечисленных пунктов):

- наличие помещения для СРС;
- обеспечение средствами вычислительной техники, программное обеспечение;
- наличие раздаточного материала, комплектов индивидуальных заданий, учебно-методических материалов, тем рефератов со списком рекомендуемой литературы, рекомендаций по решению типовых задач, образцов отчетов о выполнении СРС и т.п.;

обеспечение учебно-методической и справочной литературой всех видов самостоятельной работы (например, методические указания по выполнению курсовых проектов, работ, РГР, контрольных работ, сборники тестовых заданий, сборники задач по дисциплине).

Дисциплина обеспечена учебно-методической литературой в объеме, достаточном для проведения всех предусмотренных видов учебных занятий.

Каждый обучающийся по дисциплине обеспечен учебно-методической литературой.

5.3 Особенности преподавания дисциплины

В целях максимального усвоения дисциплины используются следующие технологии обучения:

Лекция - учебное занятие, составляющее основу теоретического обучения и дающее систематизированные основы научных знаний по дисциплине, раскрывающее состояние и перспективы развития соответствующей области науки и техники, концентрирующее внимание обучающихся на наиболее сложных, узловых вопросах, стимулирующее их познавательную деятельность и способствующее формированию творческого мышления.

Практическая работа - совместная деятельность студентов в группе под руководством лидера, направленная на решение общей задачи путем творческого сложения результатов индивидуальной работы членов команды с делением полномочий и ответственности.

Самостоятельная работа студента, предусматривает выполнение работы - задание, которое требует от студента воспроизведения и/или обработки полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей, как правило, творческого подхода.

Преподавание дисциплины опирается на современный подход к обучению и ориентируется на внесение в процесс обучения новизны, обусловленной особенностями динамики развития жизни и деятельности, спецификой различных технологий обучения и потребностями личности, общества и государства в выработке у обучаемых социально полезных знаний, убеждений, черт и качеств характера, отношений и опыта поведения.

Проведение всех видов занятий при преподавании дисциплины, проведение консультаций, промежуточная и текущая аттестация возможна с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины

При обучении дисциплине используется следующее материально-техническое обеспечение:

1. Аудитории для проведения лекционных и практических занятий, групповых и

индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, отвечающей всем установленным нормам и требованиям, учебно-наглядными материалами (стенды, презентации по дисциплине, видеофильмы), техническими средствами обучения.

2. Помещение для самостоятельной работы: библиотека, читальный зал: помещение для самостоятельной работы: столы, стулья. Компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» с обеспечением доступа в ЭИОС филиала.

Таблица 6 – Перечень программного обеспечения

№ п/п	Перечень ПО
1	Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level
2	Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
3	Kaspersky Endpoint Security
4	Программа EхаHotel
5	АСУ гостиницей «Эдельвейс»
6	ПО Корс-Софт «Мини-Отель Плюс»
7	ПО Корс-Софт «Мини-Кулинария»

При организации занятий, текущей и промежуточной аттестации с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий используются различные электронные образовательные ресурсы и онлайн сервисы, входящие в состав ЭИОС филиала СГУ в г. Анапе.

5.5 Методическое обеспечение образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Условия организации и содержание обучения и контроля знаний инвалидов и обучающихся с ОВЗ по дисциплине определяются программой дисциплины, адаптированной при необходимости для обучения указанных обучающихся.

Организация обучения, текущей и промежуточной аттестации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Исходя из психофизического развития и состояния здоровья студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ, организуются занятия совместно с другими обучающимися в общих группах, используя социально-активные и рефлексивные методы обучения создания комфортного психологического климата в студенческой группе или, при соответствующем заявлении такого обучающегося, по индивидуальной программе, которая является модифицированным вариантом основной рабочей программы дисциплины. При этом содержание программы дисциплины не изменяется. Изменяются, как правило, формы обучения и контроля знаний, образовательные технологии и дидактические материалы.

Обучение студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ также может осуществляться индивидуально и/или с применением дистанционных технологий.

Дистанционное обучение обеспечивает возможность коммуникаций с преподавателем, а так же с другими обучаемыми посредством вебинаров (например, с использованием программы Skype) , что способствует сплочению группы, направляет учебную группу на совместную работу, обсуждение, принятие группового решения.

В учебном процессе для повышения уровня восприятия и переработки учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ применяются мультимедийные и специализированные технические средства приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с различными нарушениями, обеспечивается выпуск альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт), электронных

образовательных ресурсов в формах, адаптированных к ограничениям здоровья обучающихся, наличие необходимого материально-технического оснащения.

Подбор и разработка учебных материалов производится преподавателем с учетом того, чтобы студенты с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения – аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов речи).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ фонд оценочных средств по дисциплине, позволяющий оценить достижение ими результатов обучения и уровень сформированности компетенций, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, адаптируется для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа при прохождении аттестации.

**Приложение к рабочей программе дисциплины
Б1.В.ДВ.06.01 Реклама и PR в индустрии гостеприимства**

Шифр и направление подготовки	<u>43.03.03 «Гостиничное дело»</u>
Квалификация (степень) выпускника	<u>Бакалавр</u>
Профиль подготовки бакалавра	<u>«Гостиничная деятельность»</u>

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.06.01 Реклама и PR в индустрии гостеприимства
наименование дисциплины по учебному плану

Дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений.
статус дисциплины

Заочная форма обучения
форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	3/108
Цель изучения дисциплины	формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области рекламной деятельности предприятий гостеприимства.
Содержание дисциплины (основные темы, разделы, модули)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Введение 2. Реклама в комплексе маркетинга 3. Реклама в индустрии гостеприимства 4. Процесс воздействия и восприятия рекламы 5. Средства распространения рекламы 6. Рекламное обращение – центральный элемент рекламы 7. Управление PR-деятельностью 8. Технологии формирования имиджа гостиничного предприятия 9. Планирование и организация рекламной кампании 10. Правовое регулирование рекламной деятельности в индустрии гостеприимства 11. Выставочная деятельность предприятий гостеприимства
Формируемые компетенции (коды)	ПКУВ – 2, ПКУВ-4.
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	ПКУВ-2.1. Организует гостиничное обслуживание на основе нормативно-правовых актов и соответствия системе классификации гостиниц и других средств размещения на уровне подразделений ПКУВ-2.2 Разрабатывает внутренние регламенты и стандарты обслуживания на уровне подразделений гостиничного комплекса ПКУВ-2.3 Обеспечивает контроль за выполнением сотрудниками подразделений средств размещения требований нормативно-правовых актов в процессе обслуживания потребителей ПКУВ-4.1. Осуществляет координацию и контроль деятельности подразделений организации индустрии гостеприимства ПКУВ-4.2 Определяет формы и методы контроля бизнес-процессов подразделений организации индустрии гостеприимства ПКУВ-4.3 Определяет выявление проблем в системе координации подразделений организации индустрии гостеприимства

Дисциплины, участвующие в формировании компетенции	Б1.В.02 Технологии и организация анимационно-досуговой деятельности в гостиничных и санаторно-курортных предприятиях Б1.В.04 Организация питания в гостиничных комплексах Б1.В.06 Организация обслуживания событийных мероприятий в гостиничном бизнесе Б1.В.08 Организация гостиничного дела Б1.В.10 Технологии гостиничной деятельности Б1.В.11 Основы делового этикета в индустрии гостеприимства Б1.В.12 Основы международного протокола Б1.В.ДВ.02 Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2 Б1.В.ДВ.02.01 Аксессуары сервис в индустрии гостеприимства Б1.В.ДВ.02.02 Маркетинг гостиничных услуг Б1.В.ДВ.06 Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.6 Б1.В.ДВ.06.02 Имиджелогия Б1.В.ДВ.08 Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.8 Б1.В.ДВ.08.01 Организация барного дела Б1.В.ДВ.08.02 Организация ресторанного дела Б2.В.02(П) Сервисная практика Б1.В.06 Организация обслуживания событийных мероприятий в гостиничном бизнесе Б1.В.09 Планирование производственно-технологической деятельности средств размещения Б1.В.14 Прикладные методы исследовательской деятельности Б1.В.ДВ.02 Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2 Б1.В.ДВ.02.01 Аксессуары сервис в индустрии гостеприимства Б1.В.ДВ.02.02 Маркетинг гостиничных услуг Б1.В.ДВ.05 Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.5 Б1.В.ДВ.05.01 Технология и организация СПА и Велнес услуг в гостиничных комплексах Б1.В.ДВ.05.02 Технология и организация лечебно-оздоровительного туризма Б1.В.ДВ.06 Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.6 Б1.В.ДВ.06.02 Имиджелогия Б2.В.01(П) Организационно-управленческая
Образовательные технологии	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа, консультации
Форма промежуточной аттестации (экзамен, зачет с оценкой, зачет)	зачет с оценкой