

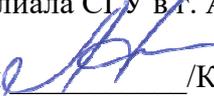
Лист согласования рабочей программы дисциплины Б1.В.ДВ.06.01 Реклама и PR в индустрии гостеприимства

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

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 УГСН 43.00.00 Сервис и туризм

Протокол № 1 от « 31 » 08 20 22 г.

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

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Рабочая программа переутверждена на 20__/20__ учебный год.
В программу внесены дополнения и (или) изменения:

(Указывается, в какой раздел программы внесены изменения, основания изменений, а также новая формулировка)

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.....	19
4.3 Текущая и промежуточная аттестации по дисциплине.....	21
5. УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	23
5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины.....	23
5.2 Организация самостоятельной работы студента по дисциплине.....	24
5.3 Особенности преподавания дисциплины.....	24
5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	25
5.5 Методическое обеспечение образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	25
Приложение. АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	27

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	
ПК-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.02.01 Аксессуарный сервис в индустрии гостеприимства
	Б1.В.ДВ.02.02 Маркетинг гостиничных услуг
	Б1.В.ДВ.08.01 Организация барного дела
	Б1.В.ДВ.08.02 Организация ресторанного дела
ПК-4. Способен обеспечивать	Б2.В.02(П) Сервисная практика
ПК-4. Способен обеспечивать	Б1.В.06 Организация обслуживания

координацию деятельности подразделений предприятий индустрии гостеприимства	событийных мероприятий в гостиничном бизнесе Б1.В.09 Планирование производственно-технологической деятельности средств размещения Б1.В.14 Прикладные методы исследовательской деятельности Б1.В.ДВ.02.01 Аксессуарный сервис в индустрии гостеприимства Б1.В.ДВ.02.02 Маркетинг гостиничных услуг 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 Б2.В.01(П) Технологическая практика
---	---

3 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ПК -2, ПК-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		
ПК-2. Способен организовать процесс обслуживания на основе нормативно-правовых актов и с учетом запросов потребителей	ПК-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
	ПК-2.2 Разрабатывает внутренние регламенты и стандарты обслуживания на уровне подразделений гостиничного комплекса	Знать: стандарты обслуживания на уровне подразделений гостиничного комплекса Уметь: разрабатывать внутренние регламенты и стандарты обслуживания на уровне подразделений гостиничного комплекса Владеть: навыками разработки технологической документации на туристские услуги на уровне подразделений гостиничного комплекса

Компетенции и индикаторы их достижения		Результат обучения по дисциплине (показатели освоения компетенций)
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
	ПК-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>
ПК-4. Способен обеспечивать координацию деятельности подразделений предприятий индустрии гостеприимства	ПК-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>
	ПК-4.2 Определяет формы и методы контроля бизнес-процессов подразделений организации индустрии гостеприимства	<p>Знать: формы и методы контроля бизнес-процессов подразделений организации индустрии гостеприимства</p> <p>Уметь: применять формы и методы контроля бизнес-процессов подразделений организации индустрии гостеприимства</p> <p>Владеть: владеть методами контроля бизнес-процессов подразделений организации индустрии гостеприимства</p>

Компетенции и индикаторы их достижения		Результат обучения по дисциплине (показатели освоения компетенций)
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
	ПК-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

Количество часов по учебному плану (очная форма обучения)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.
Всего часов – 108, из них: лекции – 16 часов, практические занятия – 16 часа, самостоятельная работа – 75,75 часов, контроль – 0,25 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. Цель и задачи дисциплины. Связь с другими дисциплинами.	6	0,5	-		5,75
2	Реклама в комплексе маркетинга	8,5	0,5	1		7
3	Реклама в индустрии гостеприимства	9	1	1		7
4	Процесс воздействия и восприятия рекламы	11	2	2		7
5	Средства распространения рекламы	11	2	2		7
6	Рекламное обращение – центральный элемент рекламы	11	2	2		7
7	Управление PR-деятельностью	11	2	2		7
8	Технологии формирования имиджа гостиничного предприятия	11	2	2		7
9	Планирование и организация рекламной кампании	11	2	2		7

10	Правовое регулирование рекламной деятельности в индустрии гостеприимства	9	1	1		7
11	Выставочная деятельность предприятий гостеприимства	9	1	1		7
	ВСЕГО:	107,75	16	16		75,75
	Катт	0,25				
	ИТОГО:	108				

**Количество часов по учебному плану
(заочная форма обучения)**

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. Цель и задачи дисциплины. Связь с другими дисциплинами.	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
	Катт	0,25				
	Зачет с оценкой	3,75				
	ИТОГО:	108				

4.1.1 Лекционные занятия (очная форма)

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Введение. Цель и задачи дисциплины. Связь с другими дисциплинами.	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 имиджа гостиничного предприятия	Товарный знак и его функции. Основные типы товарных 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.
--	--	----------------------

4.1.1 Лекционные занятия (заочная форма)

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Введение. Цель и задачи дисциплины. Связь с другими дисциплинами.	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 имиджа гостиничного предприятия	Товарный знак и его функции. Основные типы товарных 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 (очная форма)

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Введение. Цель и задачи дисциплины. Связь с другими дисциплинами.	<i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Современное состояние рекламного дела в мире и России. 2. Отличие рекламы товаров от рекламы услуг, рекламы фирмы. 3. Особенности рекламы и PR в разные исторические периоды.
2	Реклама в комплексе маркетинга	<i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Система маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью и личные продажи. 2. Место рекламы в данной системе. 3. Рекламный процесс и его составляющие: рекламодатель, рекламное агентство, средства распространения рекламы, рекламополучатель. 4. Требования, предъявляемые к современной рекламе. 5. Особенности комплекса маркетинговых коммуникаций в индустрии гостеприимства.
3	Реклама в индустрии гостеприимства	<i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Классификация рекламы по объектам рекламирования. 2. Реклама в зависимости от содержания сообщения, от источника рекламного сообщения, от адресата, от охватываемой территории, от источников финансирования. 3. Цели рекламы. 4. Функции рекламы: коммуникативная, экономическая, информационная, контролирующая, образовательная, эстетическая, управления спросом. 5. Реклама гостиничных услуг
4	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.
5	Средства распространения рекламы	<i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Необычные носители рекламы. 2. Особенности носителей наружной рекламы. 3. Реклама в прессе. 4. Печатная реклама. 5. Аудиовизуальная реклама. 6. Интернет-реклама.
6	Рекламное обращение – центральный элемент рекламы	<i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Требования, предъявляемые к форме рекламного обращения. 2. Варианты форм рекламного обращения: представление свидетельств, искренняя реклама, создание настроения, обстановки, использование юмористической формы и т. д. влияние цвета на восприятие рекламного обращения. 3. Требования к иллюстрациям: рисункам, фотографиям, схемам
7	Управление PR-деятельностью	<i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Функциональные составляющие PR: Mediarelations — построение отношений со СМИ; Governmentrelations — взаимодействие с властными структурами; Investorrelations — взаимоотношения с инвесторами; Corporateaffairs — управление корпоративным имиджем; SpecialEvents — организация и проведение специальных мероприятий; Employeecommunications — взаимодействие с персоналом; Crisismanagement — управление кризисными ситуациями. 2. Разработка плана продвижения мероприятий в Интернете. 3. Дополнительные способы продвижения гостиничных услуг
8	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 неосознанного имиджа
9	Планирование и организация рекламной кампании	<i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Рекламные агентства и их деятельность в продвижении объектов гостиничного дела 2. Планирование рекламной работы в гостиничном бизнесе 3. Творчество в создании рекламы. 4. Особенности организации и проведения рекламных кампаний в сфере гостиничного бизнеса 5. Экономическая и психологическая эффективность рекламы
10	Правовое регулирование рекламной деятельности в индустрии гостеприимства	<i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Этика и профессиональные стандарты PR и рекламы. 2. Ведущие национальные и международные объединения специалистов в области связей с общественностью.

		3. Законы и нормативные акты, регулирующие сферу рекламы и связей с общественностью.
11	Выставочная деятельность предприятий гостеприимства	<p><i>Вопросы для обсуждения:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Становление и развитие выставок. 2. Современная концепция ярмарок и выставок 3. Классификация выставок. 4. Основные этапы подготовки и участие фирмы в работе выставок. 5. Выставочный стенд. 6. Работа персонала на выставке. 7. Подведение итогов участия в ярмарке или выставке.

4.1.2 Практические занятия (заочная форма)

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Процесс воздействия и восприятия рекламы	<p><i>Вопросы для обсуждения:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основные модели рекламного воздействия на потребителей: <ul style="list-style-type: none"> • AIDA • ACCA • DIBABA • DAGMAR • Модель социально-психологической установки. 2. Мотивы, которые учитываются при создании рекламы: <ul style="list-style-type: none"> - рациональные мотивы; - эмоциональные мотивы; - социально-нравственные мотивы. 3. Требования к психологическим особенностям рекламного обращения.
2	Технологии формирования имиджа гостиничного предприятия	<p><i>Вопросы для обсуждения:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 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 неосознанного имиджа
3	Планирование и организация рекламной кампании	<p><i>Вопросы для обсуждения:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Рекламные агентства и их деятельность в продвижении объектов гостиничного дела 2. Планирование рекламной работы в гостиничном бизнесе 3. Творчество в создании рекламы. 4. Особенности организации и проведения рекламных кампаний в сфере гостиничного бизнеса 5. Экономическая и психологическая эффективность

		рекламы
4	Выставочная деятельность предприятий гостеприимства	<p><i>Вопросы для обсуждения:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Становление и развитие выставок. 2. Современная концепция ярмарок и выставок 3. Классификация выставок. 4. Основные этапы подготовки и участие фирмы в работе выставок. 5. Выставочный стенд. 6. Работа персонала на выставке. 7. Подведение итогов участия в ярмарке или выставке.

4.1.3 Лабораторные занятия (не предусмотрены планом)

4.1.4 Самостоятельная работа студента (очная форма)

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Вид СРС
1	Введение	<p><i>Задание для самостоятельной работы:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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.
2	Реклама в комплексе маркетинга	<p><i>Задание для самостоятельной работы:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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.
3	Реклама в индустрии гостеприимства	<p><i>Задание для самостоятельной работы:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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	Процесс воздействия и восприятия рекламы	<p><i>Задание для самостоятельной работы:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – проработка теоретического материала: чтение конспекта лекции, профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические

		<p>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 вопросы по теме;</p> <p>- подготовка к дискуссии по теме.</p>
9	Планирование и организация рекламной кампании	<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>
10	Правовое регулирование рекламной деятельности 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, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</p> <p>- подготовка к дискуссии по теме.</p>
11	Выставочная деятельность предприятий 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, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</p> <p>- подготовка к дискуссии по теме.</p>

4.1.4 Самостоятельная работа студента (заочная форма)

№ 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</p>

		<p>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>
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,</p>

		<p>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>
9	Планирование и организация рекламной кампании	<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>
10	Правовое регулирование рекламной деятельности 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, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</p> <p>- подготовка к дискуссии по теме.</p>
11	Выставочная деятельность предприятий 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, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме;</p> <p>- подготовка к дискуссии по теме.</p>

4.1.5 Интерактивные формы занятий

Занятия в интерактивной форме не предусмотрены учебным планом.

4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.2.1 Литература

1. Базиан, Н. Р. Реклама и PR / Н. Р. Базиан. — 2-е изд. — Москва : Юриспруденция, 2018. — 448 с. — ISBN 978-5-9516-0830-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/86540.html> (дата обращения 25.08.2022)). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

2. Васильева, Л. А. PR в гостиничном бизнесе : учебное пособие / Л. А. Васильева – Саратов : Вузовское образование, 2016. – 66 с. – ISBN 2227-8397. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/39113.html> (дата обращения 25.08.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

3. Кулагина, Е. В. Реклама в туризме и гостеприимстве : учебное пособие / Е. В. Кулагина, И. Е. Карасев ; Омский государственный технический университет. – Омск : Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2020. – 117 с. : табл. – ISBN 978-5-8149-3054-5. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=682977>(дата обращения 25.08.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Морган, Н. Реклама в туризме и отдыхе : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Н. Морган, А. Причард ; перевод с английского В. Н. Егорова, Б. Л. Ерёмкина. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 495 с. – ISBN 5-238-00647-0. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/71244.html> (дата обращения 25.08.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

5. Рукомойникова, В. П. Реклама в туризме : учебное пособие / В. П. Рукомойникова ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2017. – 104 с. : ил. – ISBN 978-5-8158-1864-4. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476509>(дата обращения 25.08.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

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	Университетская библиотека онлайн : электронно-библиотечная система / ООО «Нексмедиа». – Москва : Директ-Медиа, 2001–. – https://biblioclub.ru/index.php?page=book_blocks&view=main_ub . – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный
2	IPRbooks : электронно-библиотечная система / ЭБС IPRbooks ; ООО «Ай Пи Эр Медиа», электронное периодическое издание « www.iprbookshop.ru ». – Саратов, [2010-]. – URL: http://www.iprbookshop.ru/). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
3	Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки (diss/rsl.ru)(доступ осуществляется с компьютеров, находящихся в читальном зале библиотеки).
	Наименование ИИС
1	Справочная правовая система «Консультант Плюс» - www.consultant.ru ;
2	Электронная библиотека Сочинского государственного университета : база данных. – Сочи, [2017-]. – URL: http://lib.sutr.ru/ – Текст : электронный.

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.oirom.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 паблик 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. Паблик 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	Dr.Web Desktop Security Suite, LBW-BC-12M-65-A-1
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

очная, 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)	ПК – 2, ПК-4.
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	ПК-2.1. Организует гостиничное обслуживание на основе нормативно-правовых актов и соответствия системе классификации гостиниц и других средств размещения на уровне подразделений ПК-2.2 Разрабатывает внутренние регламенты и стандарты обслуживания на уровне подразделений гостиничного комплекса ПК-2.3 Обеспечивает контроль за выполнением сотрудниками подразделений средств размещения требований нормативно-правовых актов в процессе обслуживания потребителей ПК-4.1. Осуществляет координацию и контроль деятельности подразделений организации индустрии гостеприимства ПК-4.2 Определяет формы и методы контроля бизнес-процессов подразделений организации индустрии гостеприимства ПК-4.3 Определяет выявление проблем в системе координации подразделений организации индустрии гостеприимства

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